

Juulia Salo

Lahjapaperi- ja lahjapakkausmallisto Pyroll Oy:lle

Opinnäytetyö

Kevät 2015

SeAMK Liiketalous ja kulttuuri

Muotoilun Tutkinto-ohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalous ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Muotoilu

Suuntautumisvaihtoehto: Lifestyle muotoilu

Tekijä: Juulia Salo

Työn nimi: Lahjapaperi ja lahjapakkausmallisto Pyroll Oy:lle

Ohjaajat: Jaana Liukkonen, Vuokko Takala- Schreib

Vuosi: 2015

Sivumäärä: 128

Liitteiden lukumäärä: 3

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella lahjapaperi ja lahjapakkausmallisto Pyroll yritykselle. Kuosisuunnittelun alueet olivat lahjapaperit, joululahjapaperit sekä lahjapakkaukset. Teoriaosuudessa haettiin tietoa teollisista painotekniikoista, materiaaleista ja väreistä, jotka tulee ottaa huomioon suunnittelussa.

Opinnäytetyön produktiivista osuutta varten toteutettiin tiedonhankinta teemahaastattelun avulla, jossa selvitettiin asiantuntijan näkökulmaa lahjapapereiden ja pakkauksien suunnittelusta, kaupallisuudesta, kuvioinneista ja väreistä. Strukturoidulla haastattelulla selvitettiin kuluttajien mieltymyksiä lahjapapereista ja pakkauksista. Haastattelun tuloksien pohjalta kuluttajista tehtiin käyttäjäprofiilit tukemaan suunnitteluprosessin ideointivaihetta. Tiedonhankintaan kuului myös perehtyminen lahjapaperi - ja lahjapakkaustrendeihin sekä eri kulttuurien pakkauskäyttäytymiseen. Kuluttajien lahjapaperi - ja väritoiveiden kartoittamista varten toteutettiin julkinen kysely omien suunnitelmien pohjalta.

Suunnittelutyön ja yhteistyöyrityksen valintojen tuloksena syntyi kolme lahjapaperia, viisi joululahjapaperia ja kuusi pakkausta värivaihtoehtoineen. Muotoiluprosessi eteni tiedonhankinnan tulosten ideoimana luonnoksista esityskuviin sekä niistä prototyyppeihin ja valmiisiin tuotteisiin.

Avainsanat: kuusi, painotekniikka, trendit, käyttäjät, pakkaaminen

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Business and culture

Degree programme: Design

Specialisation: Lifestyle design

Author/s: Juulia Salo

Title of thesis: Design of a wrap paper and package collection for Pyroll Oy

Supervisor(s): Jaana Liukkonen Vuokko Takala - Schreib

Year: 2015 Number of pages: 128 Number of appendices: 3

The aim of this thesis was to design a wrap paper and package collection for Pyroll. The pattern design consisted of wrap papers, Christmas wrap paper, and gift packages. I studied printing technology, materials and colors, which I have to regard in the design process.

The productive part of this the thesis contains an expert opinion about the design of wrap papers and packages, commercialism, prints, and colors. I also studied wrap paper and package trends and packaging behavior in different cultures. The productive part of the thesis consists of a structured interview, which examines consumer wishes related to wrap papers and packages. The interview results were used in building user profiles. The productive part also contains an online survey among consumers, who were asked questions about wrap paper and color variations on the basis of the author's own sketches.

The results of the thesis were three wrap papers, five Christmas papers, six packages, and their color variations. The gift papers and packages were also converted into prototypes and finished products.

Keywords: pattern design, trends, packaging behavior, user profile

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet	11
1 JOHDANTO	12
2 PYROLL.....	13
2.1 Työn toimeksianto.....	13
2.2 Toimialat	13
2.3 Yrityksen edustajan haastattelu	14
3 TEOLLISET PAINOTEKNIIKAT JA MATERIAALIT	16
3.1 Ulkoasun toteutuksen tekniikka.....	16
3.2 Painomenetelmät	17
3.2.1 Offsetpaino	17
3.2.2 Fleksopaino	18
3.2.3 Digitaalinen paino	19
3.3 Värit	20
3.3.1 Värijärjestelmät	21
3.4 Materiaalit	21
3.4.1 Paperi	22
3.4.2 Kartonki.....	23
3.4.3 Pahvit.....	23
3.4.4 Muovit	23
3.5 Teollisten painomenetelmien, materiaalien ja värien huomioiminen suunnittelussa	24
4 ERI KULTTUURIEN PAKKAUSKÄYTTÄYTYMINEN	26
4.1 Pohjois- Amerikka	26
4.2 Kiina	27
4.3 Englanti.....	27
5 LAHJAPAPERI- JA PAKKAUSTRENDIT	29

5.1 Paperit ja pakkaukset.....	29
5.2 Värit	31
6 STRUKTUROITU HAASTATTELU.....	33
6.1 Haastattelun rakenne.....	33
6.2 Haastattelun analysointi.....	34
6.3 Käyttäjäprofiilit.....	36
6.4 Käyttäjäprofiileiden ideointi ja luonnostelu	36
6.5 Valmiit käyttäjäprofiilit	37
7 SUNNITTELUPROSESSI	39
7.1 Mood boardit käyttäjäprofiileista.....	39
7.2 Esitystekniset haasteet	42
7.3 Lahjapapereiden ideointi ja luonnostelu	44
7.4 Joululahjapapereiden ideointi ja luonnostelu	46
7.5 Lahjapakkauksien ideointi ja luonnostelu.....	48
7.6 Ideoista konsepteiksi.....	51
7.6.1 Lahjapaperit	54
7.6.2 Joululahjapaperit.....	56
7.6.3 Lahjapakkaukset.....	60
7.7 Kysely kuluttajille.....	65
7.8 Kyselyn runko	65
7.9 Kyselyn analysointi	66
7.10 Kehittely lopulliseksi mallistoksi	74
7.10.1 Lahjapaperit	75
7.10.2 Joululahjapaperit.....	87
7.10.3 Lahjapakkaukset.....	107
7.11 Prototyyppien valmistus	118
7.12 Asiakkaan palaute.....	126
8 POHDINTA	127
LÄHTEET	129
KUVALÄHTEET	131
LITTEET.....	136

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Lahjapaperitrendit 2015.....	30
Kuva 2. Lahjapakkaustrendit 2015.....	31
Kuva 3. Luonnos käyttäjäprofiileista.....	37
Kuva 4. Tunnelmataulu käyttäjästä Pirjo Pakkaaja.....	40
Kuva 5. Tunnelmataulu käyttäjästä Viivi Visuaalinen.....	41
Kuva 6. Tunnelmataulu käyttäjästä Ville Vaivaton.....	42
Kuva 7. Tunnelmataulu käyttäjästä Pertti Perinteinen.....	43
Kuva 8. Osa lahjapaperiluonnoksista.....	44
Kuva 9. Lahjapaperiluonnoksia skannattavaksi.....	45
Kuva 10. Osa joululahjapaperiluonnoksista.....	46
Kuva 11. Joululahjapaperiluonnoksia skannattavaksi.....	47
Kuva 13. Luonnoksia pakkauksista.....	50
Kuva 14. Pienoismalleja lahjapakkauksista.....	51
Kuva 14. Riemu lahjapapereita ja pakkauksia.....	119
Kuva 15. Riemu paperipusseja.....	120
Kuva 16. Pitsi lahjapapereita ja pakkauksia.....	121
Kuva 17. Ilo ja Onni lahjapaperit.....	122
Kuva 18. Taika ja Tonttumetsä lahjapaperit.....	123
Kuva 19. Joulupallot ja Tonttumetsä joululahjapaperit.....	124
Kuva 20. Pitsi lahjapakkauksia.....	125

Kuvio 1. Pantonen trendiväriennusteet 2015	28
Kuvio 2. Käyttäjäprofiilit.....	38
Kuvio 3. Metallipinnan esittäminen PhotoShopissa vaihe vaiheelta.....	39
Kuvio 4. Voimapaperin esittäminen PhotoShopin avulla.....	40
Kuvio 5. Lahjapakkauksien pohjapiirrokset.....	51
Kuvio 6. Osa luonnosten pohjalta tehdyistä lahjapaperiehdotuksista.....	52
Kuvio 7. Osa luonnosten pohjalta tehdyistä joululahjapaperiehdotuksista.....	53
Kuvio 8. Valitut lahjapaperi.....	54
Kuvio 9. Valitut joululahjapaperit.....	55
Kuva 10. Pallot - lahjapaperin kehitys.....	55
Kuvio 11. Helmi lahjapaperin asettelukokeiluja.....	56
Kuvio 12. Kolmio lahjapaperin asettelukokeiluja.....	56
Kuvio 13. Joulutonttu joulupaperin asettelukokeiluja.....	57
Kuvio 14. Joulupallot - joulupaperin asettelukokeiluja.....	58
Kuvio 15. Pitsikuvioden ääriivakokeiluja.....	58
Kuvio 16. Pitsikuvion asettelukokeiluja.	59
Kuvio 17. Pitsikuvion asettelukokeiluja.....	59
Kuvio 18. Kranssikuvion asettelukokeiluja.....	60
Kuvio 19. Lahjapakkauksien perspektiivipiirrokset.....	61
Kuvio 20. Kolmiokuvion asettelukokeiluja lahjapusseille.....	62
Kuvio 21. Kolmiokuvion asettelukokeiluja lahjapakkauksille.....	62

Kuvio 22. Pitsikuvion asettelukokeiluja lahjapusseille.....	63
Kuvio 23. Pitsikuvion asettelukokeiluja lahjapakkauksille.....	64
Kuvio 24. Riemu värivaihtoehto 1.....	71
Kuvio 25. Riemu värivaihtoehto 2.....	72
Kuvio 26. Riemu värivaihtoehto 3.....	73
Kuvio 27. Onni värivaihtoehto 1.....	75
Kuvio 28. Onni värivaihtoehto 2.....	76
Kuvio 29. Onni värivaihtoehto 3.....	77
Kuvio 30. Ilo värivaihtoehto 1.....	84
Kuvio 31. Ilo värivaihtoehto 2.....	85
Kuvio 32. Ilo värivaihtoehto 3.....	86
Kuvio 33. Joulupallot värivaihtoehto 1.....	88
Kuvio 34. Joulupallot värivaihtoehto 2.....	89
Kuvio 35. Joulupallot värivaihtoehto 3.....	90
Kuvio 36. Tonttumetsä värivaihtoehto 1.....	92
Kuvio 37. Tonttumetsä värivaihtoehto 1.....	93
Kuvio 38. Tonttumetsä värivaihtoehto 1.....	94
Kuvio 39. Taika värivaihtoehto 1.....	95
Kuvio 40. Taika värivaihtoehto 2.....	96
Kuvio 41. Taika värivaihtoehto 3.....	97
Kuvio 42. Kranssi värivaihtoehto 1.....	99

Kuvio 43. Kranssi värivaihtoehto 2.....	100
Kuvio 44. Kranssi värivaihtoehto 3.....	101
Kuvio 45. Pitsi värivaihtoehto 1.....	103
Kuvio 46. Pitsi värivaihtoehto 2.....	104
Kuvio 47. Pitsi värivaihtoehto 3.....	105
Kuvio 48. Riemu lahjapakkauksen pohjapiirrokset.....	107
Kuvio 49. Riemu lahjapakkauksien esityskuva.....	108
Kuvio 50. Riemu lahjakassien pohjapiirrokset.....	108
Kuvio 51. Riemu lahjakassien esityskuvat.....	109
Kuvio 52. Riemu paperipussien pohjapiirrokset.....	109
Kuvio 53. Riemu paperipussien esityskuvat.....	110
Kuvio 54. Pitsi pillow boxin pohjapiirrokset.....	111
Kuvio 55. Pitsi pillow boxin esityskuvat.....	111
Kuvio 56. Pitsi pillow boxin pohjapiirrokset värivaihtoehto 2.....	112
Kuvio 57. Pitsi pillow boxin esityskuvat värivaihtoehto 2.....	112
Kuvio 58. Pitsi lahjakassin pohjapiirrokset.....	113
Kuvio 59. Pitsi lahjakassin esityskuvat.....	113
Kuvio 60. Pitsi lahjakassien pohjapiirrokset värivaihtoehdosta 2.....	114
Kuvio 61. Pitsi lahjakassin esityskuvat värivaihtoehdosta 2.....	115
Kuvio 62. Pitsi paperipussien pohjapiirrokset.....	116
Kuvio 63. Pitsi paperipussin esityskuvat.....	117

Kuvio 64. Pitsi paperipussin pohjapiirroksiset värivaihtoehdosta 2.....	118
Kuvio 65. Pitsi paperipussien esityskuvat värivaihtoehdosta 2.....	119
Taulukko 1. Lahjapaperikuviointien tulokset.....	66
Taulukko 2. Joululahjapaperikuviointien tulokset.....	67
Taulukko 3. Puutarha- lahjapaperi väritulokset.....	68
Taulukko 4. Kolmiolahjapaperin väritulokset.....	68
Taulukko 5. Kukka lahjapaperin väritulokset.....	69
Taulukko 6. Helmi lahjapaperin väritulokset.....	69
Taulukko 7. Sik sak lahjapaperin väritulokset.....	70
Taulukko 8. Pallot lahjapaperin väritulokset.....	70
Taulukko 9. Pitsijoulupaperin väritulokset.....	71
Taulukko 10. Kranssi joulupaperin väritulokset.....	71
Taulukko 11. Joulutonttu joulupaperin väritulokset.....	72
Taulukko 12. Joulupallot joulupaperin väritulokset.....	72
Taulukko13. Pitsi joulupaperin väritulokset.....	73
Taulukko 14. Joulukukka joulupaperin väritulokset.....	73

Käytetyt termit ja lyhenteet

Raportti	Raportilla tarkoitetaan kokonaisen, toistuvan kuvion kokoa.
Offsetpaino	Painotekniikka, joka toimii painavalla ja ei-painavalla pinoilla, jossa materiaali ei kosketa painolevyä. Painopinnat ovat eri tasoissa, jolloin tekniikasta voidaan puhua myös laakapainomenetelmänä. Offsetpainoa käytetään paperituotteiden painamisessa, kuten sanomalehdet, lehdet ja kirjat (Printhouse, 2015).
Fleksopaino	Kohopainomenetelmä. Fleksopainoa käytetään mm. pakkausteollisuudessa sekä rullassa olevien painotteiden painamiseen. Fleksopaino eroaa offsetpainosta painomahdollisuuksissa sekä laadussa (Printhouse, 2015).
Vektorigrafiikka	Vektorigrafiikka koostuu poluista, jotka sisältävät alku ja päätepisteen. Polut voivat olla esimerkiksi viivoja, kaaria tai pisteitä (Vector Graphic, 2015). Polkujen avulla voidaan muodostaa kuvioita, joita voidaan venyttää kuvan laatuun vaikuttamatta.

1 JOHDANTO

Työn tavoite on suunnitella lahjapaperi- ja lahjapussimallisto Pyroll Oy:lle. Työssä huomioidaan teolliset painomenetelmät, materiaalit ja värit sekä eri kulttuurien pakkauskäyttäytyminen. Työn keskeisin osuus on kuviosuunnittelu.

Työn produktiivista osuutta varten toteutetaan tiedonhankinta teemahaastattelulla, jolla selvitetään asiantuntijan mielipide lahjapapereiden väreistä, kuvioinneista, asettelusta ja kaupallisuudesta. Teoriaosuuteen etsitään tietoa teollisista painomenetelmistä, lahjapaperi- ja pakkaustrendeistä sekä eri kulttuurien pakkauskäyttäytymisestä, joita käytetään ideoinnin lähtökohtana. Strukturoidulla haastattelulla kartoitetaan kuluttajien lahjapaperi – ja pakkaustoiveita kuvioinneista, väreistä sekä pakkausrakenteista. Strukturoidun haastattelun tulosten pohjalta kuluttajista kootaan kuvitteelliset käyttäjäprofiilit tukemaan suunnitteluprosessia. Työssä toteutetaan myös julkinen kysely, joka tehdään omien luonnosten pohjalta. Kyselyn tavoitteena on löytää kuluttajien mielipide miellyttävimmistä lahjapapereista ja väri- vaihtoehdoista.

Työssä pyritään saamaan vastauksia seuraaviin tiedonhankintakysymyksiin:

- miten painotekniikat ja materiaalit otetaan huomioon suunnittelussa
- millaisia lahjapapereita ja pakkauksia kuluttajat haluavat

Työn lähtökohtana on oma kiinnostus kuosisuunnitteluun ja työskentelytapojen kehittämiseen. Haluan oppia myös lisää suunnitteluprosessista, jota tulen tarvitsemaan tulevaisuudessa työelämässä.

2 PYROLL

Pyroll (2015) on yritys, joka jalostaa paperia, pahvia, kartonkia ja muovia eri toimialoilla. Yrityksen perusti Reijo Uusitalo vuonna 1973. Yritys on suomalainen perhekonserni. Yrityksen toimintaa on Suomessa neljällätoista paikkakunnalla sekä Puolassa. Ne työllistävät yli 500 henkilöä. Yrityksen toiminta jakautuu kolmelle eri toimialalle.

2.1 Työn toimeksianto

Toimeksiantona oli suunnitella lahjapaperi- ja lahjapakkausmallisto Pyrollille. Suunnitteluosuus jakautuu lahjapapereihin, joululahjapapereihin sekä lahjapakkauskuksiin. Työssä tulee ottaa huomioda teollisten painomenetelmien rajoitteet.

Prosessin alussa toteutettujen tiedonhankintojen tulokset otetaan huomioon suunnitteluprosessissa. Hankittuja tietoja käytetään hyödyksi ideoinnissa ja luonnostelussa. Ideoinnin ja luonnostelun jälkeen konsepteja jatkokehitetään. Konseptien pohjalta toteutetaan nettikysely suunnittelun tuloksien pohjalta, jossa testataan kuvioiteja ja värivaihtoehtoja. Mallistosta toteutetaan esityskuvat sekä prototyypit.

2.2 Toimialat

Yksi Pyrollin toimialoista ovat pakkaukset. Pakkausratkaisuja tarjotaan kartongista, paperista, muovista ja alumiinista sekä kaupalle että teollisuudelle. Toimialan tuoteryhmiä ovat kotelot, kääreet, pussit, kassit ja säkit sekä kuumasaumattavat kannet ja ratamuotoiset materiaalit. Pakkauksien materiaaleina käytetään sellu- ja taittekartonkeja, kierrätyskuitukartonkeja sekä erikoiskartonkeja. Painotekniikat ovat arkkioffset, fleksopaino ja digitaalinen paino. (Pyroll pakkaukset 2015.)

Yritys on ainoa kotimainen lahjapapereiden valmistaja. Tehtaalla valmistuvat lahjapaperit sekä joululahjapaperit.

Pyroll paperitukun tuotteita ovat taide- ja offsetpainopaperit sekä graafiset kartongit, pakkauskartongit ja pahvit. Asiakkaisiin kuuluvat esimerkiksi kirjapainot, kirjansitojat, pakkausteollisuus sekä mainos- ja viestintätoimistot. Pyroll kuuluu Igepa Group ketjuun. Igepa on maailman neljänneksi suurin paperitukkuketju. Ketju on edustettuna 25 maassa. (Pyroll paperitukku 2015.)

Sopimusjalostuksen kautta Pyroll tarjoaa asiakkaille lisäarvoa tuottamalla joustavia ratkaisuja kartongin- ja paperin tuotannossa. Sopimusjalostuksen palveluihin kuuluvat arkitus, uudelleenrullaus, martiointi, riisikäärinä sekä jalostuspalvelut.

2.3 Yrityksen edustajan haastattelu

Haastattelin alan asiantuntijaa asiantuntijahaastatteluna. Haastattelu tapahtui teemahaastattelun avulla. Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2006) mukaan teemahaastattelu on keskustelunomainen tilanne, jossa käydään läpi etukäteen suunniteltuja teemoja. Haastattelu ei siis etene tarkkojen, valmiiden kysymysten mukaan vaan haastateltavan puheelle annetaan tilaa. Teemahaastattelu on toimiva vaihtoehto silloin, kun halutaan tietoa vähän tunnetusta asiasta. Haastattelussa kysyttiin esimerkiksi millaiset lahjapaperit ja pakkaukset, värit ja kuvioinnit ovat kaupallisia sekä miten painoteknisyys tulee ottaa suunnittelussa huomioon. Suunnittelin ennen haastattelua varten läpi käytävät teemat.

Haastateltava henkilö oli Pyroll yrityksen suunnittelu - ja innovaatio puolen johtaja Ilkka Harju (2015). Hän on lahjapapereiden ja pakkauksien suunnitteluvastaava.

Ensimmäinen teema oli kaupallisuus ja sen määrittäminen. Asiantuntijan mukaan heidän yrityksessään kaupallisuutta on vaikea ennakoida ennen kuin tuotteet viedään konkreettisesti markkinoille. Tuotteiden kaupallisuutta selvitetään ennakkokyselyillä, joita pidetään esimerkiksi messuilla. Joka vuosi kuitenkin erilaiset paperit ja pakkaukset myyvät, mutta sitä ei voi ennalta ennustaa.

Kysyin asiantuntijalta, millaisia kuviointeja ja asetteluja lahjapapereissa yleisesti käytetään. Vastaus oli, että lahjapaperiteollisuuden ongelma on kohderyhmät. Ei ole mahdollista suunnitella ainoastaan tietylle kohderyhmälle vaan täytyy ottaa kaikki kuluttajat huomioon. Sen takia ei voi täysin sanoa, millaisista kuvioinneista

ihmiset innostuvat. Asettelutapa on kuitenkin yleisesti ollut lahjapapereissa ja joululahjapapereissa runsasta sekä kuvioiden koot vaihtelevia.

Yksi läpi käytävistä teemoista oli värit ja trendit. Kuluttajat päätyvät hillittyihin väri-
valintoihin. Asiantuntijan mukaan pelkistetyt ja harmoniset väriskaalat myyvät par-
haiten. Lahjapapereissa ei mielletä liikaa kirkkautta, sillä kuluttajat arastavat liian
räväköitä väriyhdistelmiä. Lahjapaperi- ja pakkausteollisuudessa ei noudateta or-
jallisesti trendivärejä. Lahjapapereissa nähdään useana eri vuonna samat väri-
skaalat.

Kysyttäessä pakkauskäyttäytymisestä vastaus oli, että Suomessa ollaan jumittau-
duttu pakkauskäyttäytymisen suhteen 80-luvulle. Paketointi on hyvin tavallista ja
pelkistettyä. Käytetään perinteisiä lahjapapereita, ilman koristeita, lahjanarua lu-
kuun ottamatta. Eri kulttuurien pakkaaminen on runsaampaa sekä suurempaa.
Lahjan ulkonäköön panostetaan ulkomailla huomattavasti enemmän suomalaisten
tapoihin verrattuna.

Viimeinen teema käsitteli suunnitteluun kohdistuvaa teknisyyttä. Asiantuntijan mu-
kaan suunnittelussa ei ole juurikaan sitä rajoittavia teknisiä asioita. Huomioon tu-
lee ottaa pistekoko, jos suunnittelee yksityiskohtaisia kuvioita. Paperia painettaes-
sa väri tulee hiukan leviämään, jonka vuoksi esimerkiksi etäisyyksiin tulee kiinnit-
tää huomiota. Suunniteltava alue tulee leveydessään vastata painokoneessa sallit-
tavaa kuvakokoa sekä suunniteltava kohde tulee vektoroida. Vektoroimalla kuvan
kokoa voidaan muokata laatua muuttamatta. Värejä saa käyttää maksimissaan
kuutta, johon lasketaan mukaan musta. Lahjapapereiden ja lahjapussien suunnit-
telu on melko vapaata, eikä erityisiä rajoitteita ole. Asiantuntijan yrityksessä pai-
nettavat lahjapaperit painetaan fleksopainomenetelmällä. Se eroaa muista paino-
menetelmissä siinä, että sillä ei pystytä valokuvamaiseen painatukseen, joka täy-
tyy muistaa suunnitteluvaiheessa.

3 TEOLLISET PAINOTEKNIIKAT JA MATERIAALIT

Painotuotteiden valmistukseen kuuluu kolme päävaihetta. Ennen tuotteen painamista tapahtuu ulkoasun toteutus, sen jälkeen varsinainen painaminen sekä jälkikäsittely. Erilaisia tuotteita tehdessä myös toteutukseen tarvittavat laitteet ja menetelmät vaihtelevat tuotantoprosessin mukaan. Painotuotteen määrittelyssä täytyy ottaa huomioon formaatti eli koko (leveys ja korkeus), painovärien lukumäärä sekä käytettävät materiaalit. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 9.) Suunnitteluvaiheessa lahjapapereille ja lahjapusseille täytyy valita oikeanlainen painomenetelmä, käyttää oikeanlaista kokoa sekä huomioida painovärien lukumäärä sekä millainen materiaali sopii painovärien kanssa.

3.1 Ulkoasun toteutuksen tekniikka

Ensimmäinen työvaihe painotuotteen valmistuksessa on suunnitella ja rakentaa visuaalinen ilme. Sitä kutsutaan nimellä painopinnan valmistus. Kuvat digitoidaan tai piirrokset käsitellään piirrosohjelmalla. Painotuotteet kootaan yhteen taitto-ohjelmilla. Taiton jälkeen painotuotteen kuvat rasteroidaan. Rasteroinnissa kuva hajotetaan pieniksi pisteiksi, jossa säädetään värillisten ja värittömien pisteiden pintaa eri sävyisiksi. Rasteripisteet voidaan muuttaa eri sävyisiksi vaihtelemalla pistekokoa. Pisteiden linjatiheys määritellään sen mukaan, että katsoja erottaa sävyypinnan yksittäisten pisteiden sijaan. Painotuotetta painaessa rasteripiste kasvaa jonkin verran painoväriin leviämisen vuoksi. Kasvuun vaikuttaa paperin karheus, painokoneen kunto sekä painoväri. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 15–23.)

Työssä käytetään kuviosuunnittelun ja painotuotteen yhdistämisessä Adoben ohjelmia, kuten Illustratoria ja PhotoShopia. Näin kuvio saadaan toistumaan ja sitä on helppo muokata. Ohjelmassa myös koon määrittely sekä värien säätäminen on mahdollista. Ohjelmat sisältävät laajan valikoiman erilaisia tiedostomuotoja, joita painotuotannossakin käytetään.

3.2 Painomenetelmät

Painomenetelmiin kuuluu monta erilaista tekniikkaa, joiden avulla painettava alue siirretään painoalustalle, kuten esimerkiksi paperille, kartongille tai muoville. Vilukselan, Ristimäen ja Spännärin (2007, 46) mukaan kuva voidaan siirtää valitulle materiaalille painolevyn tai -kaavion avulla. Painotuotteiden tekemisessä on käytävissä erilaisia teknisiä ratkaisuja. Värintsiirron lisäksi tärkeitä prosessin vaiheita ovat painatuksessa painoväriin koostumus, asettuminen ja kuivuminen sekä painoalustan rakenne. Tekniikat eroavat painokoneiden rakenteissa. Koneet eroavat toisistaan arkki- tai rullamuodoissa, kuivaimissa sekä jälkikäsittelytoiminnoissa (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 46.)

3.2.1 Offsetpaino

Offsetpaino on eniten maailmalla käytetty painomenetelmä. Offset menetelmiin jakautuu myös arkkioffset, heatset- offset sekä coldset- offset. Siihen kuuluu painava ja ei-painava pinta, jotka ovat samassa tasossa. Niillä on erilaiset kemialliset pintaominaisuudet. Offsetpaino perustuu siihen, että toisiaan hylkivät vesi ja öljy eivät sekoitu keskenään. Vedellä ja öljyllä on erilainen pintajännitys, jonka takia ne hylkivät toisiaan. Pintajännityksen tulee olla alhaisempi kuin kiinteän aineen energian, jotta neste tarttuu kiinteälle pinnalle. Painolevy kastellaan kostutusvedellä, josta vesi leviää ei-painaville pinnoille. Kostutusveden alulla ei-painavat pinnat pidetään puhtaana painoväreistä. Ei-painavan pinnan pintaenergia on veden pintajännitystä korkeampi. Öljypohjainen painoväri levitetään levyllä tämän jälkeen, josta se tarttuu painaville pinnoille. Näin painoväri siirtyy levyllä kumipinnalle ja sitten painomateriaalille. Tässä painoväriin pintajännitys on alhaisempi kuin kumipinnan ja paperin pintaenergia. Painava pinta on öljyä vastaanottava ja vettä hylkivä. Ei-painava pinta taas on vettä vastaanottava. Tietyillä materiaaleilla, kuten muovilla on liian alhainen pintaenergia, jotta väri leviäisi. Silloin pintaenergiaa pitää nostaa levittämällä siihen esimerkiksi lakkaa tai käsittelemällä pinta sähkövarauksella. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 47–48.)

Viluksela, Ristimäki ja Spännäri (2007,51) kirjoittavat, että yleisin painolevyn materiaali offsetissa on alumiini. Levyt pinnoitetaan valoherkällä kalvolla. Valoherkän

kalvon tarttumiseksi pitää alumiinilevyn pinta karhentaa. Kerroksen tulee olla tasainen levyn pinnalla.

Offsetissa käytettävät painomateriaalit ovat lähes kaikki paperi- ja kartonkilajit. Muoville on mahdollista painaa, jos materiaali on riittävän paksua. Materiaaleina voidaan käyttää myös metallia sekä metalloitua paperia. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 61.)

Offsetpainon etuja ovat sävyjen ja yksityiskohtien toistuminen, suuri valikoima erilaisia painokoneita, menetelmän mahdollisuus painaa laaja valikoima erilaisia tuotteita sekä korkeiden rasteritiheyksien käyttö. Haittoja taas ovat, että painoväri rajoittuvat öljypohjaisiin väreihin, paperilta vaaditaan suurta pintalujuutta tahmeiden painovärien takia sekä painoarkin pituus on rajoitettu. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 63.)

3.2.2 Fleksopaino

Fleksopainomenetelmä soveltuu hyvin pakkauspainatukseen. Menetelmällä voi painaa useaan erilaiseen materiaaliin kuten paperille, kartongille, aaltopahville, muoville ja laminaatille. Fleksopainossa on käytössä painolaatta, joka mahdollistaa painatuksen karheille, sileille, päällystetyille ja päällystämättömille pinnoille. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 75.)

Fleksopaino perustuu kohopainomenetelmään joka toimii rotaatiotekniikalla. Koneen painoaihio on koholla painosylinterille kiinnitettävän painolevyn pinnassa. Telasta painopinnalle siirtyvä painoväri kiinnittyy koholla oleviin pintoihin. Väri siirtyy levyltä suoraa painettavalle materiaalille. Telan avulla säännöstellään värin siirtymistä painolevylle. (Koskinen 2001, 141.) Fleksopaino toimii rullakonemenetelmällä. Se sisältää myös ilmastointi- ja kuumailmayksikön, jotka kuivattavat painettavaa materiaalia.

Koskinen (2011, 142) kertoo että, menetelmässä käytetään nestemäisiä vesi- ja alkoholiohenteisia kuultovärejä. Värit valitaan tuotteen käyttötarkoituksen ja materiaalin mukaan. Fleksopainossa elintarvikevärien tulee esimerkiksi olla elintarvike-

kelpoisia. Rasteritiheys tulee ottaa huomioon, kun valitsee painotuotteelle painoalustaa. Painoalusta määrittää mikä on rasteripisteiden tiheys.

Painoalusta voi olla rakennettu yhdestä isosta palasesta tai useammasta erillisestä palasesta, jotka ovat kiinnitetty painosylinterin päälle. Kovat painolevyt siirtävät vähemmän väriä kuin pehmeät. Jos painoalusta on pehmeä, levyssä olevat pisteet ja viivat eivät ole tarpeeksi jäykkiä. Seurauksena on huono painojälki, pisteen kasvamisen takia. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri, 2007, 77.)

Fleksopainon etuja ovat yksinkertainen painolaite, laaja materiaalivalikoima, liuotinpohjaiset painovärit ja painolevyn edullinen valmistus. Haittoja ovat heikompi yksityiskohtien ja sävyjen toisto, harvan rasteripisteen käyttö. Sama painolevy ei myöskään sovellu pienten kuvien että suurien väripintojen painamiseen. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 88–89.)

3.2.3 Digitaalinen paino

Digitaalisen painomenetelmän kehitys on vaikuttanut paljon painamiseen ja tulostamiseen. Koskinen (2011,150) kirjoittaa digitaalisuuden tarkoittavan teknologiaa, jossa kuvio tulostetaan painotuotteeseen suoraan ilman erillistä painolevyä. Tämän vuoksi tulostaminen ei vie niin paljon aikaa verrattuna muihin painomenetelmiin.

Digitaalisessa painamisessa informaatio tulostetaan tietokeelta paperille joko suoraan, kuvasylinterillä tai hihnan avulla. Tekniikka perustuu NIP eli Non Impact -painotekniikan käyttöön. Tekniikassa värin siirto tapahtuu ilman kontaktia painolevyyn ja painopintaan. Koska tulostuksessa ei käytetä painolevyä, peräkkäisten tulosteiden jälki voi olla erilainen. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 92). Koskinen (2001, 150) täsmentää, että digitaalinen tulostaminen tapahtuu mustesuihkutekniikalla. Muita digitaalisen tulostuksen tekniikoita on mm. elektrofotografia eli lasertulostus.

Painossa käytettävät koneet ovat joko rulla- tai arkkikoneita, joissa painoalustan materiaaleina voidaan käyttää paperi- ja muovijalosteita. Vilukselan, Ristimäen ja Spännärin (2007, 93) mukaan digitaalinen paino soveltuu erityisesti graafisen alan

tulostusmenetelmäksi, koska sillä pystytään tuotteiden nopeaan tulostamiseen, jotka sisältävät vaihtuvaa tietoa.

Mustesuihkutekniikassa käytettäviä painomateriaaleja ovat erilaatuiset paperit, kartongit, muovit ja laminaatit. Koskinen (2011, 163) kertoo, että erityisesti kevyesti päällystetyt materiaalit toimivat painossa hyvin, koska vahvasti päällystetyt materiaalit kellastuvat painon aikana. Ongelmien takia esimerkiksi elektrofotografia menetelmällä on oma kehitelty paperilaatuja. Edellisten painomenetelmien tavoin, myös digitaalisessa painossa on saatavilla sekä päällystettyjä, päällystämättömiä, kiiltäviä että puolikiiltäviä painomateriaaleja.

3.3 Värit

Painovärin avulla jäljennetään painettava alue paperin pinnalle. Painovärit koostuvat kolmesta aineesta, jotka ovat: pigmentti, sideaine ja liuotin. Painovärien vaatimukset ovat optiset ominaisuudet, mekaaninen kestävyys, ajettavuus painokoneella, kierrätettävyys sekä terveysriskittömyys. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 128–129.) Koskinen (2001, 85–86) huomioi, että väreillä on visuaalisia teki-
jöitä, kuten esimerkiksi kylmät ja viileät värit ovat taustavärejä ja lämpimät värit ovat edessä olevia värejä. Vaaleat sävyt lisäävät kokoa ja tummat taas pienentävät tilan kokoa. Värit, joissa on paljon samoja värejä, ovat harmonisia ja yhteiset värit taas epäharmonisia. On hyvä ottaa huomioon myös, että ei luo liikaa kontrasteja sävyjen välillä. Jos käyttää useampaa kirkasta sävyä yhdessä, niiden yksittäinen vaikutus heikkenee.

Suunnittelutöitä tehdessä tulevat tutuksi Pantone-värit. Pantone on värijärjestelmä, jossa värit ilmoitetaan numeroituna mallivärinä värikartassa. Värimallit sekoitetaan painoväreistä. Pantonen PMS (Pantone Matching System)-värimallisto on yleisin värijärjestelmä, joka koostuu sekoiteväreistä. Koskinen (2001, 90) täsmentää, että PMS -värien etuna on värisävyjen tarkka toistuminen. Sävyjen painaminen tulee kuitenkin kalliiksi, koska jokainen väri joudutaan painamaan erikseen.

Painotuotteiden painossa on mahdollisuus käyttää tuotteen kiinnostavuutta lisääviä erikoisvärejä. Erikoisvärejä ovat metallivärit, helmiäisvärit ja elintarvikevärit.

Koskisen (2001, 92) mukaan esimerkiksi metalliväreihin sekoitetaan kullan-, hopean-, tai pronssin sävyisiä pigmenttejä, helmiäisväreihin heijastavia mineraaleja sekä elintarvikevärit ovat hajuttomia ja mauttomia painovärejä.

Koskinen (2001,94) kirjoittaa, että yleinen värimäärä painotuotteissa on 1-5. Lahjapapereita painettaessa maksimimäärä värejä on kuusi, musta mukaan lukien. Eri painomenetelmillä on erilaiset värisäädökset, kuinka monta väriä on mahdollista käyttää painon aikana. Suomessa suurin mahdollinen värimäärä on 10.

3.3.1 Värijärjestelmät

Värikuva saadaan aikaan painamalla päällekkäin painamisen prosessivärejä, syaania, magentaa, keltaista ja mustaa painoväriä. Tietokoneen näytöllä värit muodostuvat additiivisella eli lisäävällä värinmuodostustekniikalla. Erivärisiä valoja sekoitetaan eri suhteissa. Värit ovat punainen (red), vihreä (green) ja sininen (blue). Näiden värien eri sekoituksia syntyy syaani, keltainen ja magenta. Tästä yhdistelmästä muodostuu RGB-värijärjestelmä. Kun kuva halutaan painaa, se tulee ensin muuttaa painamisen edellyttämään CMYK-muotoon. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri, 2007, 25.)

CMYK-värit ovat prosessivärejä, jotka kuuluvat värijärjestelmään. Niiden painoperiaate toimii kun käytetään syaania, magentaa, mustaa ja keltaista perusväreinä. Väripigmentit painetaan valkoiselle pohjalle, jotka vähentävät valkoisesta pinnasta heijastuvaa valoa. Kun halutaan muita värejä, ne muodostetaan värien päällekkäispainatuksena. Tätä värinmuodostusta kutsutaan vähentäväksi värinmuodostukseksi. (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 25.) CMYK-värejä käytetään värikuvien painamiseen. Prosessiväreillä voi värittää myös kuvion sisältämää väripintaa, sillä ne ovat kuultovärejä.

3.4 Materiaalit

Painojäljen muodostuminen painettavalle pinnalle on vaativaa, koska värin täytyy siirtyä monen osan kautta pintaan korkealla nopeudella. Painomateriaalille siirty-

misen jälkeen painopinnan tulee muuttua kiinteäksi mahdollisimman nopeasti (Viluksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 118.) Parhaaseen lopputulokseen pääsee kun valitsee tuotteelle oikean painomenetelmän, materiaalin sekä painovärin ominaisuudet.

3.4.1 Paperi

Koskisen (2001, 31) mukaan kaikki paperilaadut soveltuvat painamiseen, mutta paperit voidaan ominaisuuksien mukaan jakaa kahteen ryhmään: teknisiin ominaisuuksiin ja visuaalisiin ominaisuuksiin. Teknisiin ominaisuuksiin vaikuttavat esimerkiksi paperin painettavuus, ajettavuus ja jälkikäsittelyominaisuudet. Visuaalisiin ominaisuuksiin taas kuuluvat paperin raaka-ainetekijät, paperin pinnan viimeistelyaste, paksuus ja värillisyyys.

Paperi on yleisin painotuotteissa käytettävä materiaali. Viluksela, Ristimäki & Spännäri (2007,120) kirjoittavat paperin saavuttaneen suuren suosion viestintätuotteissa sen edullisuuden, uusiutuvien raaka-aineiden ja helpon käsiteltävyyden sekä kierrätettävyyden takia. Erityisesti valkoinen paperi on suosittu, koska toisto tapahtuu siinä parhaiten.

Koskinen (2001,39) kertoo, että paperin ja kartongin päällysteaineena voidaan käyttää myös metallia. Tämä tarkoittaa, että materiaalin toinen puoli on valmistettu metallikalvosta. Paperissa metallin väri on yleisesti hopea, mutta kartonkeihin on saatavilla muita metallivaihtoehtoja. Painotuote voidaan painaa myös värilliselle paperille. Värillisten papereiden pinta viimeistelyn jälkeen on joko matta tai kiiltävä (Koskinen 2001, 39.) Värjätyt paperit ovat kuitenkin yksipuolisia, eli toinen puoli paperista on valkoinen.

Papereita on saatavilla päällystämättöminä, päällystettyinä, mattana sekä kiiltäväpintaisena. Koskinen (2001,37) kirjoittaa, että paperista saadaan sitä kiiltävämpi, mitä enemmän siihen käytetään päällysteaineita. Kiiltävän paperin etuna on pinnan korkealaatuinen värikylläisyys.

3.4.2 Kartonki

Kartongit jaotellaan kolmeen ryhmään: pakkauskartonkeihin, graafisiin kartonkeihin ja erikoiskartonkeihin. Kartongin tärkeimpiä ominaisuuksia painossa ovat painettavuus ja jäykkyys. (Viuksela, Ristimäki & Spännäri 2007, 124.) Kartongit ovat toiseksi eniten käytetty materiaali painoteollisuudessa. Se eroaa paperista rakenteeltaan. Koskisen (2001, 44) mukaan kartonkilaadut luokitellaan rakenteen, käyttötarkoituksen, kuitukoostumuksen ja pintakäsittelyn mukaan.

Jaottelussa kartongit lajitellaan käyttötarkoituksen mukaan pakkaus – ja graafisiin kartonkeihin. Kartonkia käytetään yleisesti pakkaustuotannossa. Kartongin tehtävä pakkauksessa on suojata siihen pakattua tuotetta. Pakkauskartongit ovat vain toiselta puolelta päällystettyjä, minkä vuoksi se eroaa kummaltakin puolelta päällystetystä graafisesta kartongista. (Koskinen 2001, 44.)

3.4.3 Pahvit

Pahvia on kehitetty enemmän käyttötarpeiden mukaan kuin paperi- ja kartonkilaatuja. Pahvi on pakkausteollisuuden materiaali, joka tukee pakkauksien rakenteita (Koskinen 2001, 46). Materiaalia voidaan käyttää myös painoalustana.

Pahvin erilaisia laatuja ovat aaltopahvi ja kerrospahvi. Niiden rakenne muodostuu kolmesta kerroksesta, jonka vuoksi ne eroavat muista pahvilaaduista. Aaltopahvi voidaan käyttää painossa joko niin, että siihen painetaan suoraan tai painatus tehdään ensin paperille, joka liimataan pahvin päälle. (Koskinen 2001, 46). Esimerkiksi fleksopainolla aaltopahviin liimataan erillinen alusta.

3.4.4 Muovit

Muovi ei ole kovin yleinen painomateriaali, mutta sen suosio on kasvanut voimakkaasti erityisesti pakkausteollisuudessa. Polyeteeni on yleinen muovilaji, josta valmistetaan pakkauskalvoja muovikasseihin-ja pusseihin. Painoalustana käytettävät muovit voidaan luokitella kesto- ja synteettisiin muoveihin. Yleisimmät pai-

nomenetelmät muovimateriaaleille ovat offset- ja seripainomenetelmä. Haastetta muovialustaan tuo se, että se edellyttää erikoisasetuksien, erikoisvärien – ja kemikaalien käyttöä. (Koskinen 2001, 48.) Muovia käytetään siis eniten pakkausteollisuudessa mutta se soveltuu myös tavallisten painotuotteiden painamiseen, kuten esimerkiksi pöytätabletit tai piirtoheitinkalvot.

3.5 Teollisten painomenetelmien, materiaalien ja värien huomioiminen suunnittelussa

Painotuotetta suunniteltaessa tulee ottaa huomioon tietynlaisia rajoitteita ja teknisiä seikkoja. Kaikissa painomenetelmissä tulee muistaa formaatti eli painoalustan koko, sallitut värimäärät, värien CMYK-muoto, rasteripisteiden tiheys sekä painomateriaalin ja painovärien sopivuus keskenään.

Lahjapapereiden suunnittelussa, joiden toteutus tapahtuu fleksopainolla, tulee huomioida, että sävyjen ja yksityiskohtien toisto on paljon heikompaa kuin esimerkiksi offset-painossa. Sallittavien värien määrä on kuusi kappaletta, musta mukaan lukien. Pienen tekstin ja sävykuvien sekä suurien väripintojen painaminen samalla painolevyllä on vaikeaa. Tuotteen kuvioiden kontrastin ei tulisi siis olla liian suuri. Painettavan tuotteen kuviointi ei voi olla valokuvamainen, koska fleksopainolla ei saada aikaan niin tarkkaa jälkeä. Suunnittelussa täytyy muistaa määrittää ainoastaan lahjapaperin leveys. Korkeutta ei tarvitse erikseen säätää, sillä fleksopaino pystyy tuottamaan jatkuvia, katkeamattomia painoaiheita. Työ täytyy myös tallentaa oikeaan muotoon. Yleinen kaikkien painolaitteiden hyväksymä talletus muoto on PDF. Lahjapaperien lisäksi, fleksopaino sopii hyvin lahjapussien ja lahjapakkausten tulostukseen.

Offsetpainon valittaessa suunnittelussa on mahdollisuus tarkkuudelle, mutta muuten se ei juuri eroa muiden painomenetelmien ulkoasun suunnittelussa. Sävyt ja yksityiskohdat toistuvat hyvin, vaikka käytössä olisi huonolaatuinen materiaali. Tarkkuus tarkoittaa sitä, että suunnittelussa voidaan käyttää korkeaa rasteritiheyttä tai erilaisia rasterirakenteita. Offsetissa arkin pituus on rajoitettu, jolloin suunniteltavasta alueesta tulee määrittää leveys sekä korkeus.

Kyseinen menetelmä antaa mielestäni suunnittelulle enemmän mahdollisuuksia tehdä tarkkaa ja yksityiskohtaista jälkeä. Suunnittelussa tulee kuitenkin muistaa, että myös offsetpainossa värien maksimimäärä on kuusi.

Digitaalisella painolla voidaan tulostaa myös kotiolosuhteissa. Tekniikalla on mahdollisuudet monipuoliseen suunnitteluun ja tulostukseen. Sitä ei ole kuitenkaan vielä paljon hyödynnetty painotuoteteollisuudessa, vaikka sen suosio kasvaa jatkuvasti. Digitaalinen paino ei ole kuitenkaan mielestäni paras menetelmä lahjapereiden tulostukseen, sillä se sopii enemmän pakkausteollisuuteen sekä graafiselle alalle. Pakkaukset tulostuvat digitaalisella painolla nopeasti ja niiden sisältö on helposti muutettavissa.

4 ERI KULTTUURIEN PAKKAUSKÄYTTÄYTYMINEN

Tarkastelen eri kulttuurien pakkauskäyttämistä ideoinnin näkökulmasta suunnittelutyötä varten. Tutkin miten ennen on pakattu, millaisia materiaaleja, lahjapakka- uksia ja lahjapapereita on käytetty, sekä millaista eri maiden pakkauskäyttämisen on. Tuloksia tullaan käyttämään inspiraation lähteenä muotoiluprosessissa.

Maat ovat valittu mielenkiintoisen ja runsaan pakkauskäyttämisen takia. Valintaan vaikutti erityisesti se, että maiden tavat eroavat suomalaisesta pakkauskäyttämisestä. Kyseisten maiden kulttuurierot ovat myös todella suuret kotimaahan verrattuna. Kiinan valitsin siksi, että yhteistyöyritykseni kokee maan heidän kovimmaksi kilpailijaksi. Halusin tarkastella laajoja alueita sekä mahdollisimman erilaisia kulttuureja inspiraation saavuttamiseksi.

Lahjan antamisella on paljon arvoa antajan ja sen saajan välillä. Porublevin, Brance-Govanin, Minahanin ja Dubelarin (2009, 2) mukaan Caplov (1984) kirjoittaa, että jos antaa joululahjan paketoimatta, se ei ole silloin lahja. Lahjan kääreellä luodaan paketille lisäarvoa, sekä se viestii sitä, että lahjaan on nähty vaivaa. Paketoitu lahja kuvastaa, että se ei ole maksu tai hyvitys. Porulevin, Brance, Govanin, Minahanin ja Dubelarin (2009, 2-3) tekemän tutkimuksen mukaan, ihmisille on tärkeää, että lahjat ovat pakattuja sekä niiden tulee näyttää ulkonäöllisesti lahjalta.

4.1 Pohjois- Amerikka

Amerikassa joulukuusi on lahjapapereiden myynnin parasta aikaa. Vuodessa myydään noin 2,9 miljoonalla dollarilla lahjapapereita ja koristeita. Yleisin näky kulttuurissa ovat kirkkaat lahjapaperit, koristerukset ja lahjanarut. Vuonna 1987 Amerikassa esiteltiin ensimmäistä kertaa kahvalliset lahjapussit. Nykyään ne ovat suosituin tapa lahjojen pakkaamiseen. Muita erilaisia pakkaamismateriaaleja ovat säkkikangas, sarjakuvalehdet, sanomalehti, kangas sekä folio. Amerikassa on alettu vaalia erilaisia pakkausmateriaaleja, sillä lahjapapereiden jäte on ympäristöongelma. (Gift wrapping statistics 2013.)

1930-luvulla sellofaanin käyttö yleistyi. Samaan aikaan lahjapapereiden kuvioinnit muuttuivat realistisemmiksi ja tyylikkäämmiksi. Yleisin teema joululahjapapereissa oli joulukuukuu sekä talviset maisemat. 1970-luvulla suurille tavaroille kehitettiin isoja muovisia lahjapusseja. Pian sen jälkeen koristeelliset kahvan sisältävät lahjapussit tuotiin markkinoille. (Gift wrapping statistics 2013).

Amerikassa käytetään lahjapaperin lisäksi paljon lahjanarua, silkkipaperia, rusetteja ja pakettikortteja runsauden ja näyttävyyden lisäämiseksi.

4.2 Kiina

Levine (2013) kirjoittaa Kiinan olleen ensimmäinen maa, jossa lahjoja alettiin pakata. Siitä lähtien se on ollut suuri osa kiinalaisen kulttuurin perinteitä. Lahjan antamisen syy on yleensä syntymäpäivä, bisnestapaaminen tai vierailu ystävän luona. Lahjat kääritään Kiinassa samoin kuten Länessä, lahjapapereilla ja ruseteilla.

Kiinassa pyritään välttämään tietynlaisia lahjapapereiden värejä. Punainen väri tarkoittaa onnea, pinkki ja keltainen symbolisoivat onnellisuutta sekä kulta varallisuutta. Näitä värejä tulisi suosia lahjapapereissa. Värejä, joita tulee välttää, ovat valkoinen ja musta. (Mack, Chinese culture). Millet (2010) toteaa, että tavallisesti paikalliset eivät paketoi lahjoja, mutta odottavat heille annettavien lahjojen olevan paketoitu. Kiinassa arvostetaan kuitenkin taidokkaasti paketoituja lahjoja. Suosituimmat lahjapapereiden värit ovat siis pinkki, keltainen, kulta, punainen sekä muut perusvärit.

4.3 Englanti

Englannissa ennen lahjapapereiden kehittämistä paketointi tapahtui tapeteilla. Se oli kuitenkin paketoimiseen liian paksua, tehden siitä haastavaa. Maassa siirryttiin käärimään lahjoja ruskean paperin avulla, joka koristeltiin nauhoilla ja pitsillä. (Levine 2013.)

Englannissa paketointi on ollut hyvin runsasta. Nykyään lahjapaperit ovat tyylikkäämpiä, koska lahjojen ulkonäköön halutaan panostaa. Koristelussa käytetään apuna

esimerkiksi kortteja, luonnosta kerättyjä oksia, havuja tai marjoja. Lahjapapereiden kuvioinnit sisältävät hillittyjä ja ajattomia geometrisiä ja graafisia sekä esittäviä kuvia eläin- ja luontoaiheista. Värejä käytetään sekä lahjapapereissa ja pakkauksissa laajasta skaalasta.

Suomessa lahjojen pakkaaminen tapahtuu hyvin perinteisesti, muihin kulttuureihin verrattuna. Lahjojen ulkonäön kanssa ei mielestäni pyritä näyttävyyteen, vaan yksinkertaiseen ja nopeaan ratkaisuun. Ihmiset haluavat esimerkiksi joululahjapapereiden herättävän nostalgiaa, jolloin yleisin valinta ovat enkelit, kynttilät, tontut ja joulupukit. Värien suhteen päädytään aina punaiseen.

5 LAHJAPAPERI- JA PAKKAUSTRENDIT

Trendit ovat suuntauksia, jotka muuttuvat ja kehittyvät pitkällä aikavälillä. Trendeissä näkyvät pysyvät muutokset. Tarkastelen vuoden 2015 lahjapaperi- ja lahjapakkaustrendejä. Tuloksia käytän muotoiluprosessin ideointivaiheessa. Pääsääntöisesti tutkin, millaiset värit ja kuvioinnit ovat trendikkäitä tänä vuonna. Karitoitan trendejä lahjapapereihin ja pakkauksiin liittyviltä verkkosivuilta sekä blogeista (Reeds gift trade blog).

5.1 Paperit ja pakkaukset

Vuonna 2015 lahjapapereiden materiaaleissa on huomattavissa erilaisia vaihtoehtoja. Pakkaamisessa käytetään muun muassa ruskeaa paksumpaa voimapaperia (kraft paper), jota voi soveltaa useilla erilaisilla tavoilla. Papereissa näkyy kuvioinniteja, joissa näkyy vahvasti graafisuus. Esimerkkejä näkyy kuvassa 1. Materiaali on perinteinen, mutta niihin yhdistetyt kuvioinnit tekevät niistä trendikkäitä ja uudenalaisia. (Curtin 2015.)

Pinnalla on paljon omien lahjapapereiden ja pakkauksien tuunaaminen. Markkinoilla olevissa tuotteissa näkyy niin sanotusti kädenjälki. Kuvioinnit ovat rouheita ja huolittelemattomia. Toinen ääripää ovat taas koristeelliset, graafiset tuotteet, jotka jatkavat vahvasti trendeitä. Edelleen kuvioinneissa näkyvät ajattomat ja muodikkaat raidat, pisteet ja siksak – kuviot (Kuva 1). Nämä ovat megatrendejä, jotka pysyvät vuodesta toiseen, kuitenkin lisäten kokoajan suosiotaan. (VanGerwen 2015.)

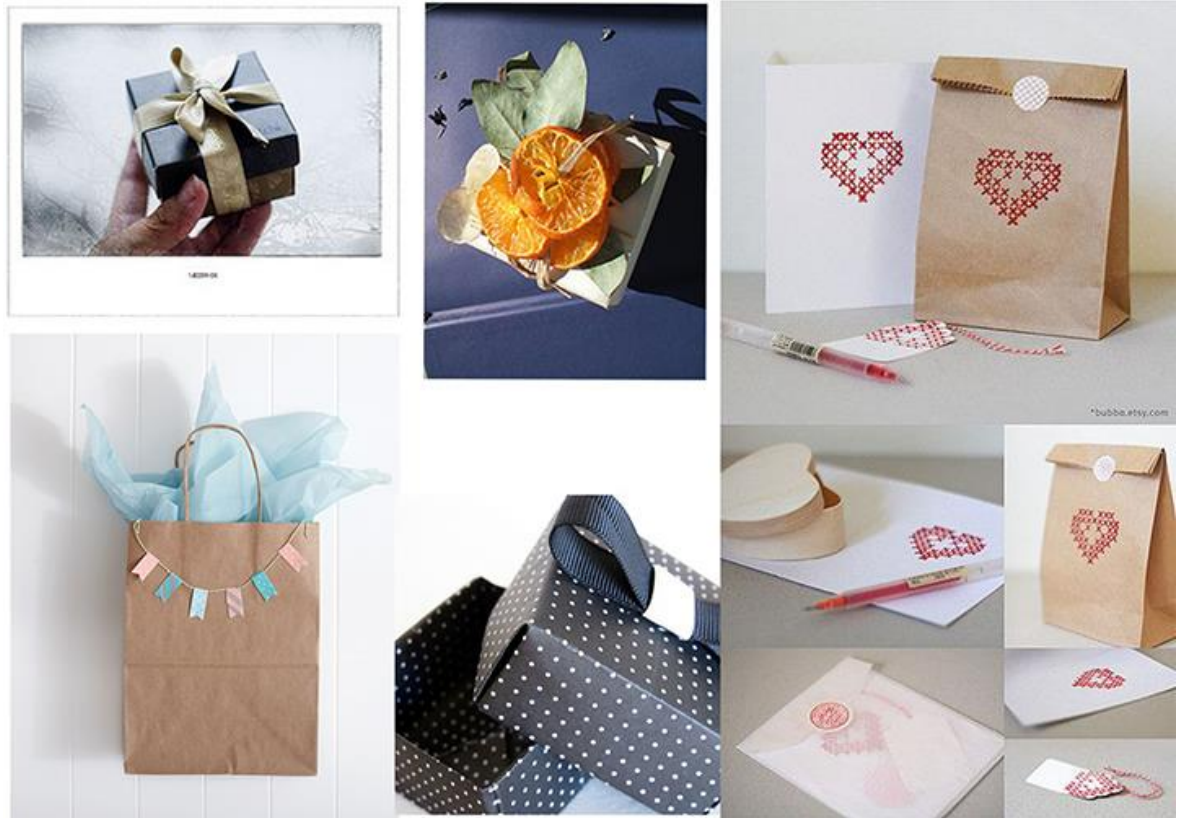
Markkinoilla olevista tämän hetkisistä mallistoista löytyy paljon neutraaleja maanläheisiä, luontohenkisiä kuvioita, kuten lehtiä ja puita. Trendeissä näkyy myös tänä vuonna hillitympiä versioita kukkakuoseista vintage vivahteella.

VanGerwenin (2015) mukaan muita käytössä olevia materiaaleja on esimerkiksi liitutaulu ja metallipintaiset paperit, joihin ostajalla on mahdollisuus kirjoittaa. Materiaalit antavat kuluttajalle mahdollisuuden luoda omanlaisen ulkoasun. Yksinkertaisia papereita valitaan edelleen paljon, koska lahjojen koristelu on yleistynyt.



Kuva 1. Lahjapaperitrendit 2015 (Kuvakollaasi 1, 2015)

Pakkaustrendeissä näkyvät vahvasti yksinkertaiset kuvioidut paperipussit. Kuviointit ovat pääsääntöisesti graafisia. Värejä on laidasta laitaan, mutta ruskea voi-mapaperi on trendi myös pakkausteollisuudessa. Lahjakassi on edelleen yksi suosituimmista pakkaustavoista (Kuva 2). (VanGerwen 2015.) Lahjapakkauksien kuviointit ovat yksinkertaisia ja tyylikkäitä. Mielestäni tällä pyritään ajattomaan vaikutelmaan, että pakkauksien kuviointit kestäisivät aikaa.



Kuva 2. Lahjapakkaustrendit 2015 (Flickr 2015)

5.2 Värit

Pantone on valinnut vuodelle 2015 monipuolisen valikoiman trendivärejä. Curtin (2015) kirjoittaa Pantonen ilmoittaneen värien olevan syviä sävyjä, jotka sisältävät lämpöä ja rikkautta tyylikkäällä vivahteella sekä punaruskeat sävyt kertovat hienostuneesta, luonnollisesta maanläheisyydestä. Värit ovat harmonisia ja hillittyjä. Pantonen väriennusteet näkyvät kuviossa 1.

Curtinin (2015) mukaan väreillä halutaan innostaa ja vaikuttaa kuluttajien ostopäätökseen ja värien käyttöön. Tämän vuoden väripaletti heijastaa erilaisia kylmiä sekä pehmeitä vaihtoehtoja, joista jokainen kuluttaja voi löytää mieluisen väri vaihtoehdon. Koska värit ovat monipuolisia, niitä voidaan helposti käyttää erilaisissa tuotteissa. Värit edustavat tuotteessa trenditietoisuutta.

KUVA POISTETTU

Kuvio 1. Pantonen trendiväriennusteet 2015 (Curtin 2015).

VanGerwenin (2015) mukaan suosittu väri vuoden 2015 lahjapaperitreendeissä on kulta ja sen eri sävyt. Väriä näkee myös erilaisissa graafisissa kuvioinneissa sekä yhdistettynä esimerkiksi valkoisen ja mustan kanssa. Tänä vuonna trendejä yhdistetään keskenään mahdollisimman tyylikkään lopputuloksen saamiseksi.

Pakkauksissa värit ovat hillittyjä ja harmonisia. Räikeitä värivalintoja näkyy enemmän jouluaiheisissa lahjapakkauksissa. Joulupakkaukset yleisimmät värit ovat punainen ja kulta.

Joululahjapapereiden väreissä näkyy edelleen perinteisiä värejä, kuten punaista, vihreää ja keltaista. Metallisia sävyjä kultaa, hopeaa ja pronssia on nähty useasti joululahjapapereiden väreissä, mutta tänä vuonna ne tulevat enemmän ilmi pape-reiden koristeellisissa kuvioissa.

6 STRUKTUROITU HAASTATTELU

Haastattelussa tutkija ja haastateltava keskusteleivat asioista käyttäen apuna tiettyä haastattelutyyppiä, joiden kysymykset liittyvät tutkimusaiheeseen. Haastattelua käytetään tutkimusaineiston saamiseksi. Tulokset analysoidaan ja tulkitaan tieteellisen tutkimustehtävän selvittämiseksi. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Valitsin haastatteluun kymmenen ihmistä. Valitsin haastateltavat etukäteen iän, paikkakunnan ja tyylin perusteella. Halusin vastaajien olevan mahdollisimman suuresta ikähaarukasta. Heidän tuli erottua tyyllisesti toisistaan, että vastaukset olisivat erilaisia. Haastateltavien tyylliset perusteet olivat, että joukosta löytyisi muodikkaita, trendejä seuraavia henkilöitä sekä sellaisia, jotka eivät seuraa muotia ollenkaan. Valitsin osan haastateltavista myös se perusteella, jos heidän pukeutumisesta välittyi käsityömyisyys. Halusin haastateltavissa olevan sekä työssäkäyviä että opiskelevia ihmisiä.

6.1 Haastattelun rakenne

Käytin haastattelussa apuna strukturoitua lomakehaastattelua. Strukturoitu haastattelu perustuu siis haastattelulomakkeeseen, jossa kysymykset ja vastausvaihtoehdot on tarkasti rakennettu ennen haastattelua. Haastattelutilanteessa tutkija esittää kysymyksen sekä vastausvaihtoehdot. Haastateltava valitsee sopivan vaihtoehdon. Kysymykset ovat järjestelmällisiä, jolloin haastateltavalle ei jää paljon liikkumavaraa vastauksien suhteen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Haastattelu edellyttää, että vastausvaihtoehdot pysyvät ymmärrettävinä sekä kohdullisina, jotta vastaaja pystyy valitsemaan jonkin vastausvaihtoehdoista. Samat kysymykset kysytään kaikilta vastaajilta samassa järjestyksessä.

Strukturoitu haastattelu tukee tutkimustarkoitusta, jossa tuloksena on saada ensivaihtelma, jonka perusteella rakennetaan käyttäjäkuvaus. Tuloksia hyödynnytetään suunnittelutyön kohderyhmänä.

Haastattelun ensimmäisessä osiossa kysyttiin yleistietoa, kuten ikää ja asuinpaikkakuntaa. Toinen osio sisälsi kuvakysymyksiä, joiden avulla selvitettiin vastaajan mieltymyksiä.

Toisen osion ensimmäisessä kysymyksessä haastateltavilta kysyttiin, mikä vaikuttaa lahjapaperin ostopäätökseen, jossa vastausvaihtoehtoina oli hinta, kotimaisuus, laatu, materiaali ja ulkonäkö. Kuvakysymyksissä kysyttiin millaiset lahjapaperit ja joululahjapaperit miellyttävät eniten. Kuvat oli luokiteltu perinteiseksi, graafiseksi, neutraaliksi ja innovatiiviseksi. Määrittelin kuvat niiden tulkintaa varten. Vastaajat eivät kuitenkaan tienneet etukäteen, millaista tyyliä kuvat tulkitsivat.

Haastattelussa kysyttiin myös, millaisista väriryhmistä vastaajat tykkäävät sekä lahjapapereissa että joululahjapapereissa. Vastaukset olivat luokiteltu eri sävyjen avulla maanläheisiin, pastelleihin, kirkkaisiin ja neutraaleihin luokkiin.

Vastaajilta kysyttiin myös, millä menetelmällä on helpoin tapa paketoida sekä millainen kuvioden asettelutapa miellyttää heitä eniten. Haastattelulomake löytyy liitteestä 1.

6.2 Haastattelun analysointi

Tulosten analysointimenetelmänä on käytetty sisällönanalyysia. Anttilan (1998) mukaan sisällönanalyysi on kvantitatiivinen menetelmä, jonka avulla ilmaistaan sisällön olemusta jakamalla aineisto luokkiin ja kategorioihin.

Yli puolet vastaajista oli miehiä, joiden ikä oli 20–65. Naisten ikäjakauma oli 24–65. Haastateltavien asuinpaikkakunnat vaihtelivat Pirkanmaan, Keski-Pohjanmaan ja Etelä-Pohjanmaan välillä. Suurin osa vastaajista oli työssäkäyviä.

Haastattelun tulokset yllättivät niiden samankaltaisuuden vuoksi. Naisten ja miesten vastaukset olivat lähellä toisiaan, vaikka vastaajat erottuivat tyylillisesti toisistaan. Tuloksista kuitenkin nousi erilaisia ryhmiä, joiden vastaukset ja mieltymykset olivat samanlaisia. Yhtäläisyyksiä kaikkien vastaajien kesken oli, että kukaan heistä ei koe helpoksi tavaksi paketoida lahjaa lahjapaperilla, vaan valitsevat mieluiten

lahjapaketin- tai pussin. Kaikkien vastaajien ostopäätökseen vaikuttaa myös jollain tavalla ulkonäkö.

Naisten vastauksista nousi ulkonäöllisesti visuaalinen luokka ja mieltymykset liikuivat graafisten ja innovatiivisten kuvioiden alueella. Heidän tyyliässä näkyy selkeästi trendikkäitä vivahteita, jotka vaikuttivat valintaperusteisiin. He toivovat lahjapapereiden- ja joulupapereiden olevan sävyiltään maanläheisiä ja pastelleja, sekä näkevät kuvioinnit tiheinä. He paketoivat lahjat, mutta kokevat kuitenkin helpoimmaksi tavaksi lahjapussin. Heidän ostopäätökseen vaikuttaa tuote, joka on sillä hetkellä trendikäs ja uudenlainen.

Yli 50 -vuotiaiden miesten mieltymyksiin luokittuivat kotimaiset lahjapaperit. Sen lisäksi he haluaisivat lahjapapereiden olevan värikkäitä. Miesvastaajat toivoivat erityisesti joulupapereiden olevan perinteisiä ja maanläheisiä tai kirkkaan värisiä. He eivät niinkään välitä tuotteen ulkonäöstä, vaan valitsevat sen perinteikkyyden tai kotimaisuuden vuoksi. Lahjapaperien kuvioinnit he näkevät runsaana ja tiheänä. Vastaajat kokevat nopeimmaksi tavaksi paketoita lahjapussin avulla. He myös arvostavat joululahjapapereita, jotka herättävät nostalgiaa.

Kolmas luokka koostuu kuluttajista, joiden lahjapaperimieltymykset ja yhtäläisyydet ovat innovatiivisuus, johon yhdistyy perinteikkyyys. He valitsevat lahjapussin silloin, kun paketoimiseen ei ole paljon aikaa. Heidän ostopäätökseen vaikuttaa ulkonäkö. Vastaajat pitävät maanläheisistä ja neutraaleista sävyistä lahjapaperissa ja joulupaperissa.

Viimeiseen ryhmän luokittuvat opiskelevat nuoret, jotka tekevät ostoksen ulkonäön perusteella. Käyttäjät ostavat graafisia lahjapapereita, mutta haluavat joululahjapapereiden olevan perinteisiä. Väriykseltään joulupaperien kuuluu olla maanläheisiä. Lahjapapereiden suhteen valinta tapahtuu pastellien, kirkkaiden ja maanläheisten värien perusteella. Miellyttävämmäksi asettelutavaksi he kokevat kuvioinnin, jossa on sekä pieniä että suuria kuvioita. Vaikka luokassa ulkonäkö ratkaisee, ei valintaan käytetä liikaa aikaa. Vastaajat valitsivat toimivimmaksi tavaksi paketoita lahjan lahjapussin avulla.

6.3 Käyttäjäprofiilit

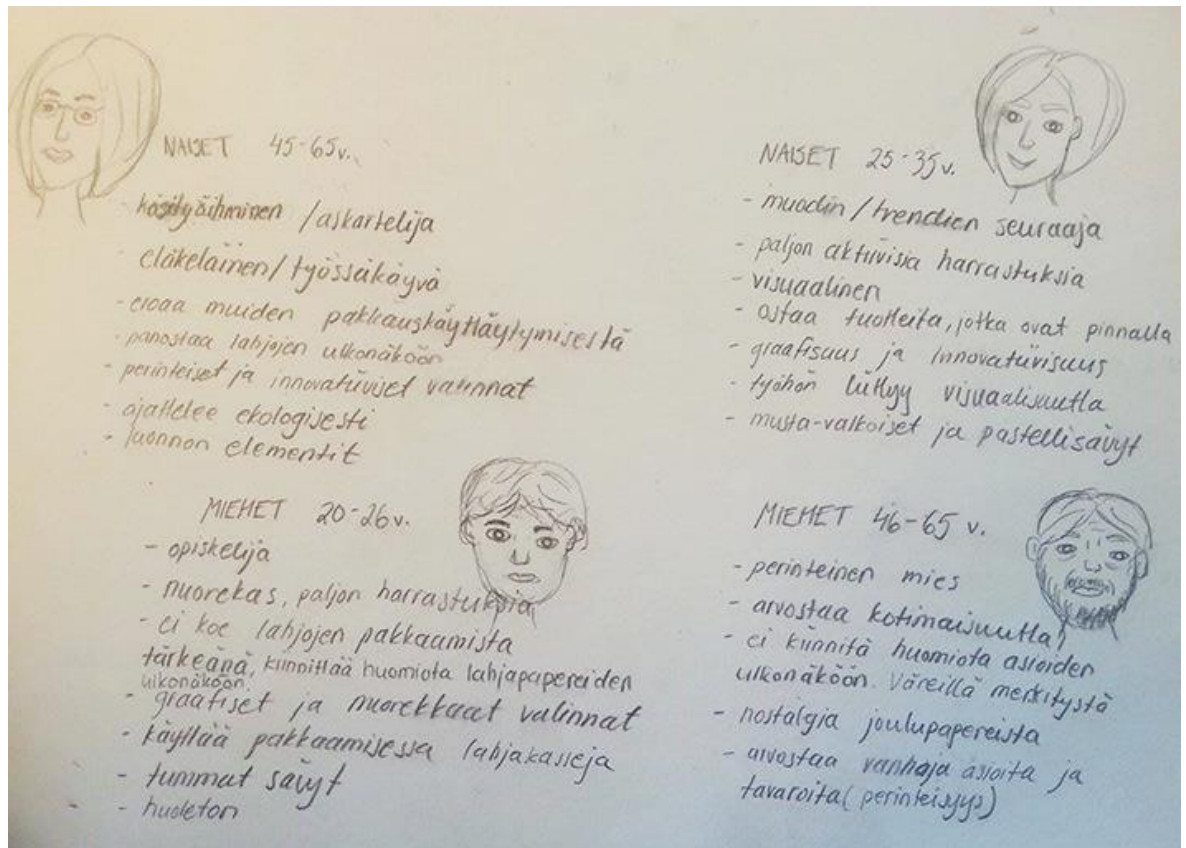
Käyttäjäprofiilien luomista käytetään havainnollistavana ideoinnin työvälineenä, jossa muodostetaan ryhmiä samanlaisten kiinnostusten ja tarpeiden perusteella. Käyttäjäprofiilit perustuvat tutkimusaineistoon kuten esimerkiksi haastatteluun. Profiilit auttavat ymmärtämään käyttäjän maailmaa. Ne sisältävät usein nimen, persoonan kuvauksen ja käyttäytymistapoja. Menetelmällä pyritään käyttäjälähtöiseen suunnitteluun, jossa suunnittelun keskipisteenä ovat käyttäjät. (Ylinentalo 2012.) Kuluttajien vastaukset tiivistetään käyttäjäprofiileiksi. Profiilit sisältävät, millaisia lahjapapereita ja lahjapusseja käyttävät ostavat.

6.4 Käyttäjäprofiileiden ideointi ja luonnostelu

Käyttäjäprofiilien ideointi ja luonnostelu lähtivät liikkeelle luokittelun tuloksista, jossa kuluttajista löytyi neljä erilaista käyttäjäryhmää. Naisista luokiteltiin kaksi käyttäjää sekä miehistä kaksi. Ideoin profiileja sen perusteella, minkä tyyllisiä vastaajat olivat, sekä millaisia mielikuvia he herättivät.

Luonnostelin käyttäjille ilmeitä, joiden perusteella lähdin ranskalaisin viivoin kirjoittamaan adjektiiveja ja asioija, joita vastaajista välittyi (Kuva 3). Saman ikäluokan käyttäjistä löytyi yhtäläisyyksiä, kuten perinteiden arvostaminen. Nuoremmat vastaajat taas olivat trenditietoisia.

Luonnosten perusteella valikoituivat henkilökohtaiset käyttäjäprofiilit, joiden tarpeet eroavat toisistaan. Käyttäjäprofiileja käytetään määrittämään suunniteltuprosessissa kuluttajien toiveita lahja- ja joululahjapapereista.







Kuva 3. Luonnos käyttäjäprofiileista.

6.5 Valmiit käyttäjäprofiilit

Käyttäjäprofiilien avulla yritetään samaistua käyttäjän mieltymyksiin, tarpeisiin ja pakkauskäyttäytymiseen. Strukturoidun haastattelun tulosten avulla vastaajista muodostettiin käyttäjäryhmät (Kuvio 2).

Vastaajista löytyi neljä erilaista käyttäjäprofiilia. Luokittelu tapahtui vastaajien mieltymysten avulla sekä haastattelutilanteessa saatujen havaintojen perusteella. Luokittelussa käytettiin apuna haastateltavien kuva- ja värivalintoja, pakkaustapoja, ostopäätöksiä, toiveita ja tyylejä. Vastaukset jaoteltiin niiden yhtäläisyyksien perusteella.

 <p>Pirjo Pakkaaja 48</p> <ul style="list-style-type: none"> - huonekalumyyjä - harrastaa käsitöitä - arvostaa perinteisiä arvoja, joihin on yhdistetty uutta. - Haluaa tukea kotimaisia tuotteita, mutta ostaa lahjapapereita ja lahja pusseja myös ulkonäön perusteella - kokee lahjojen pakkaamisen ja paketoimisen tärkeänä. - ostaa perinteen vuoksi aina lahjapapereita - säästää ehjiä pakkauksia ja lahjapapereita askarteluun. - kiinnittää huomioita maanläheisiin sävyihin. 	 <p>Viivi Visuaalinen 27</p> <ul style="list-style-type: none"> - floristi - harrastaa kuntosalia ja joogaa - valikoi lahjapapereita ja lahjapusseja harkitusti. Kiinnittää huomiota erityisesti tuotteeseen joka on visuaalisesti kiinnostava ja ajaton. - seuraa trendejä sekä tekee ostopäätöksiä niiden perusteella. - saattaa valita lahjapaketille paperin lisäksi lahjapussin. - käyttää lahjapaperia hyödyksi myös sisustuksessa. - ostopäätökseen vaikuttavat erityisesti graafiset lahjapaperit ja pakkaukset.
 <p>Ville Vaivaton 20</p> <ul style="list-style-type: none"> - opiskelee merkonomiksi ammattikoulussa - harrastaa salibandyä - Ei kiinnitä lahjapaperissa erityisesti huomiota sen ulkonäköön - Lahjapaperia ostaessa päätyy nuorekkaaseen ja raikkaaseen vaihtoehtoon, johon sisältyy graafisuus. - ei näe yleensä vaivaa lahjan paketoimiseen vaan sujauttaa sen mielummin lahjapussiin. 	 <p>Pertti Perinteinen 67</p> <ul style="list-style-type: none"> - maanviljelijä - vaimo valitsee yleensä lahjapaperit ja lahjapussit. - luottaa perinteisiin valintoihin, jotka ovat kotimaisia. - ulkonäkö tulee toissijaisena tekijänä. - valitsee mielellään tavallisia värikkäitä kuoseja. Joululahjapapereissa kiinnittää huomiota erityisesti jouluisuuteen, koska kokee sen tärkeänä juhlanan. - arvostaa lahjapapereiden herättämää nostalgiaa

Kuvio 2. Käyttäjäprofiilit

7 SUNNITTELUPROSESSI

7.1 Mood boardit käyttäjäprofiileista

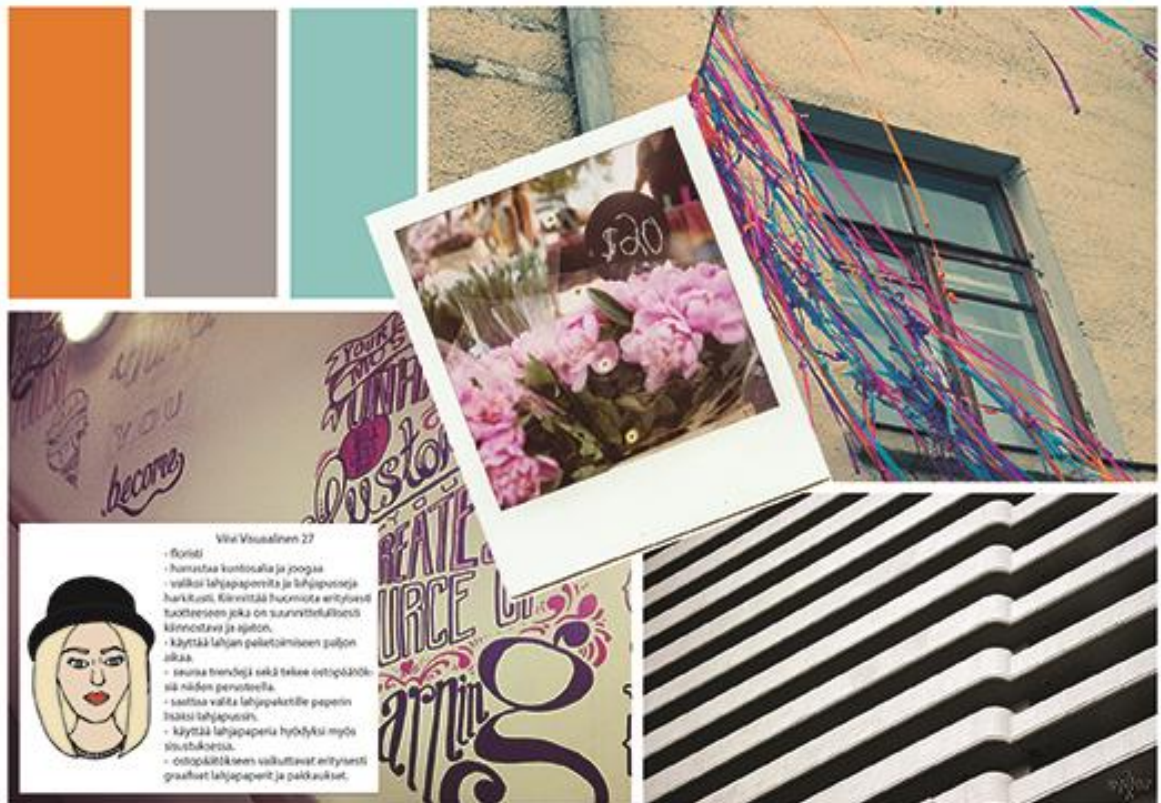
Käytän mood boardeja, eli tunnelmatauluja suunnittelun apuna. Tunnelmataulut sisältävät inspiroivia kuvia, muotoja ja värejä, joilla välitetään käyttäjistä haluttua tunnelmaa. Mood boardit ovat luotu käyttäjäprofiileiden pohjalta. Käyttäjäprofiilit toimivat työn kohderyhmänä.

Ensimmäinen mood board on luotu käyttäjästä Pirjo Pakkaaja. Taulun kuvien tarkoitus on herättää luonnonläheistä tunnelmaa. Luonnon elementit, kuten puu, kukat ja oksat miellyttävät ja inspiroivat käyttäjää. Värit ovat lämpimän maanläheisiä. Jokaiseen kuvan lähtökohta on käsityöt, mutta myös esimerkiksi pyöreä muoto on inspiraation lähteenä. Tunnelmataulu yhdistää perinteitä ja innovatiivisuutta (Kuva 4).



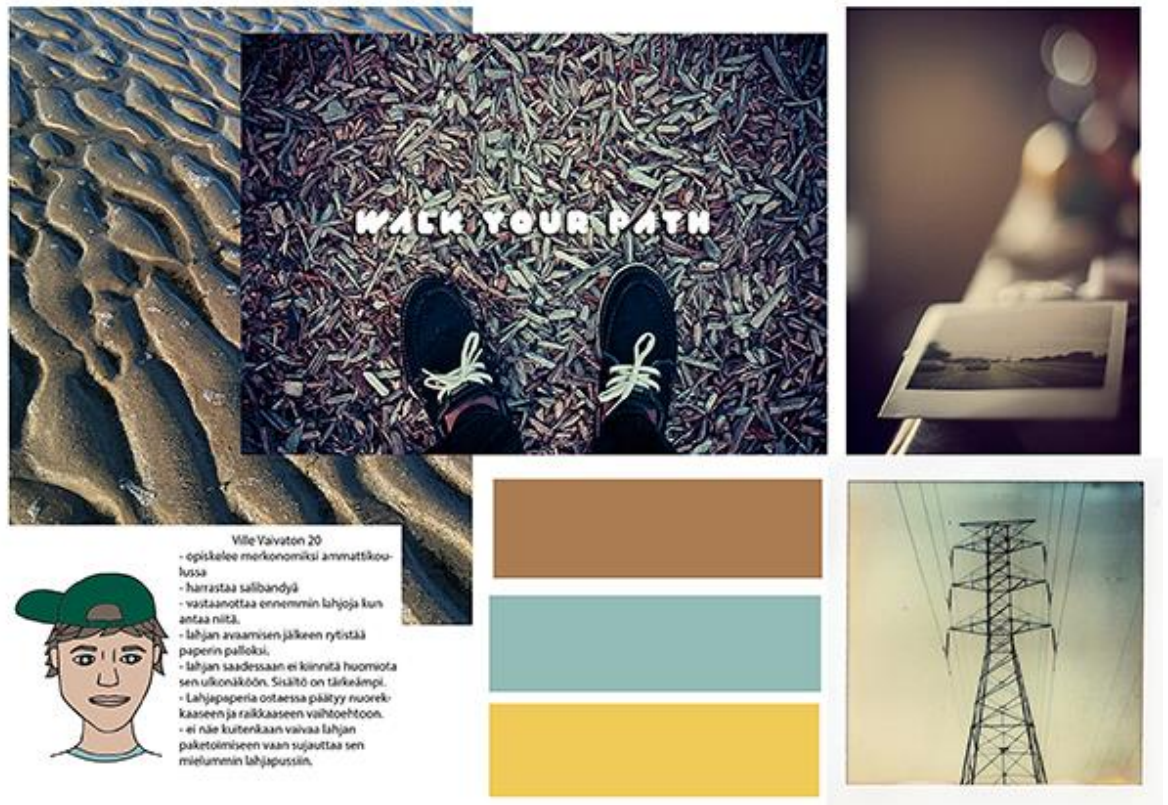
Kuva 4. Tunnelmataulu käyttäjästä Pirjo Pakkaaja (Kuvakollaasi 3, 2015)

Visuaalisen käyttäjän mood board yhdistää vuoden 2015 trendivärien neutraaleja ja värikkäitä sävyjä. Muodot ovat graafisia ja geometrisiä. Niillä halutaan viestiä visuaalista tunnelmaa. Erilaisia muotoja ovat raidat, viivat sekä pallot. Graafinen vaikutelma syntyy vahvoista viivoista, joihin on yhdistetty värikkäitä sävyjä. Visuaalisen käyttäjän tunnelmaan vaikuttaa erityisesti asettelutapa (Kuva 5).



Kuva 5. Tunnelmataulu käyttäjästä Viivi Visuaalinen (Kuvakollaasi 4, 2015).

Ville Vaivattoman tunnelmataululla haetaan huoletonta tunnelmaa sävyjen ja maallisten elementtien avulla. Geometriset ja abstraktit muodot luovat ajattoman tunnelman. Käyttäjälle olennaista ovat maskuliinisuus sekä nuorekkaat värit ja muodot (Kuva 6).



Kuva 6. Tunnelmataulu käyttäjästä Ville Vaivaton (Kuvakollaasi 5, 2015).

Pertti Perinteisen tunnelmataulu on nostalgisten sekä perinteisten arvojen kokonaisuus. Rouheita materiaaleja tasapainottaa pitsi. Kotimaiset valinnat ovat käyttäjälle tärkeitä. Tunnelmaa lisäävät murretut sävyt sekä perinteiset elementit. Käyttäjälle on tärkeää erityisesti joululahjapapereiden herättämä nostalgia. (Kuva 7).



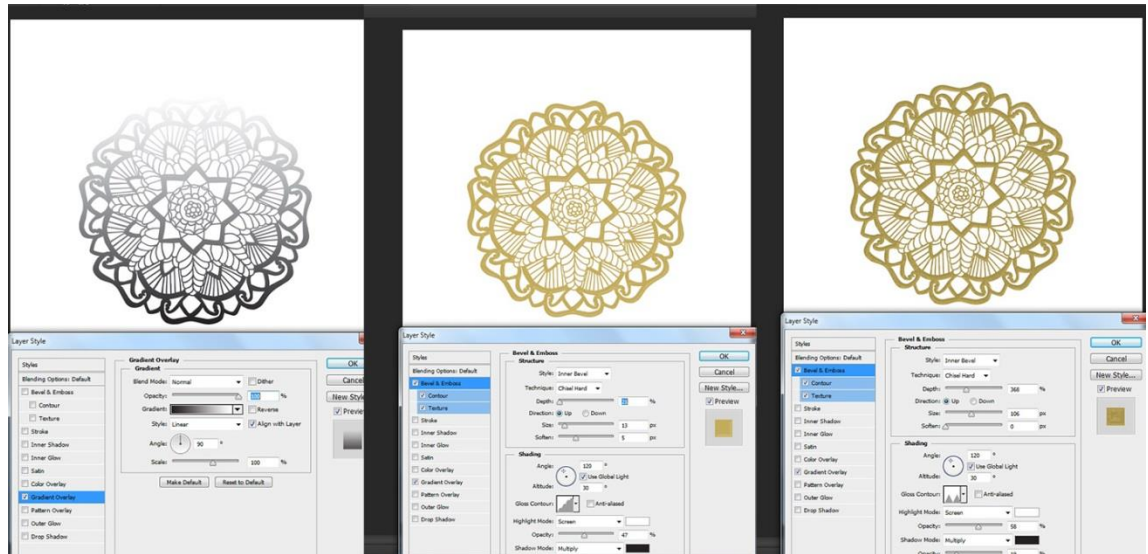
Kuva 7. Tunnelmataulu käyttäjästä Pertti Perinteinen (Kuvakollaasi 6, 2015).

7.2 Esitystekniset haasteet

Tulostusmateriaaleja sekä värejä tutkiessa, malliston esitysteknisiksi haasteiksi ilmeni erilaisten paperipintojen sekä metallivärien esittäminen. Metalliväreissä haasteet olivat saada kulta ja hopea näyttämään esityskuvassa matta- ja kiiltäväpintaiselta. Metallivärejä käytetään suunnittelussa yksittäisissä kuvioissa sekä laajoilla väripinnoilla.

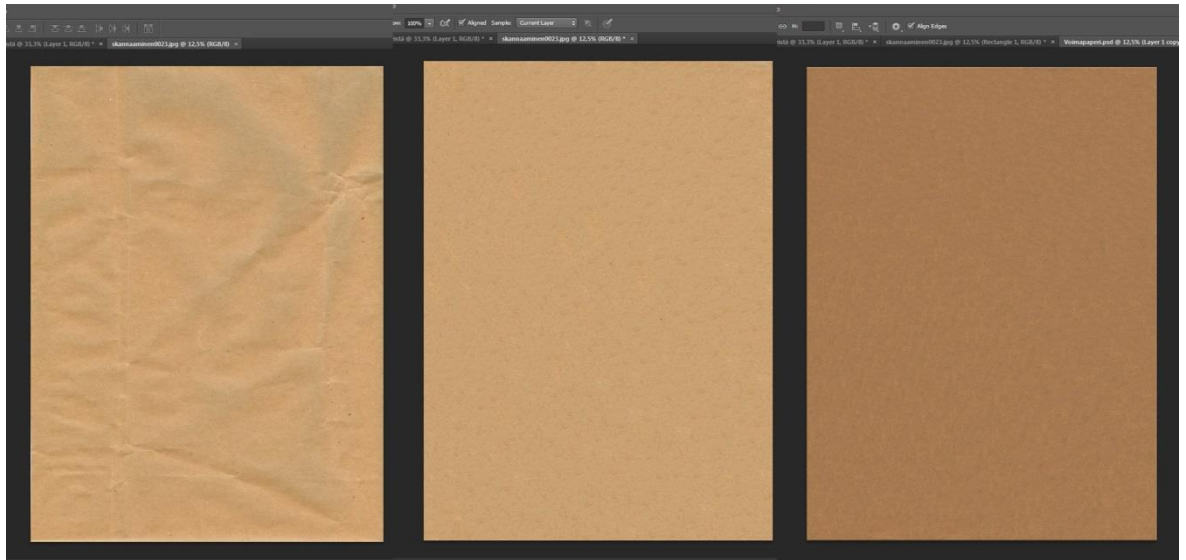
Metallivärit tehdään PhotoShop-ohjelman avulla. Haluttu kuva avataan ohjelmassa, jonka jälkeen sen päälle levitetään liukuvärjätty väripinta Gradient overlay työkalulla (Kuvio 3). Liukuvärjäyksen jälkeen kulta tai hopea tulee määrittää SMYC-värijärjestelmässä mahdollisimman lähelle oikeaa sävyä. Värin määrittämisen jälkeen kuviosta tehdään heijastava muuttamalla opasiteettia.

Seuraavaksi kuva muokataan kohokuvioksi revel-ja emboss työkaluilla. Kohokuviokaikutelma luodaan oikeanlaisella korkeuskäyrällä. Korkeus valitaan niin, että väri alkaa näyttää metallipintaiselta. Keskimmaisessä kuvassa (kuvio 3), on esimerkki kohopinnasta. Kuvion rakennetta täytyy säätää, jos kuvion pinnasta halutaan kiiltävä. Mattapinta toteutetaan muuttamalla korkeuskäyrää sekä määrittämällä, halutaanko pinnasta kova vai pehmeä. Esimerkki mattapinnasta on viimeisessä kuvassa (Kuvio 3).



Kuvio 3. Metallipinnan tekeminen PhotoShopissa vaihe vaiheelta.

Malliston lahjapapereiden sekä pakkauksien pohjavärinä tullaan osittain käyttämään ruskeaa voimapaperia. Paperi kuuluu vuoden 2015 lahjapaperitrendeihin. Voimapaperin tarkoitus on näyttää esityskuvassa aidolta. Voimapaperin esittäminen tapahtuu skannaamalla ruskean sävyistä paperia (Kuvio 4). Kuva avataan PhotoShopissa, jossa paperin pinnassa olevat rypyt hävitetään maskityökalulla (Kuvio 4, keskimäinen kuva). Tämän jälkeen kuvalle tehdään uusi taso eli layer, johon luodaan kankainen pinta tekstuuri työkalulla. Tekstuurin lisäämisen jälkeen pinnasta tehdään taas uusi taso. Tason päälle levitetään voimapaperin värinen ruskea sävy. Sävy himmennetään vähentämällä opasiteettia eli läpikuultavuutta. Opasiteettia vähennetään, jotta tason alla olevan paperin tekstuuri näkyy väripinnan läpi (Kuvio 4, esimerkki viimeisessä kuvassa).



Kuvio 4. Voimapaperipinnan esittäminen PhotoShopin avulla

7.3 Lahjapapereiden ideointi ja luonnostelu

Lahjapaperikonseptien ideointi lähti liikkeelle käyttäjäprofiileiden tunnelmatauluista saadulla inspiraatiolla. Ideointiin vaikutti myös yhteistyöyrityksen toive, että mallisto olisi aikuiseen makuun. Yrityksellä ei ollut mallistolle teemaa, vaan sain suunnittelun suhteen vapaat kädet. Suunnittelun lähtökohtana oli käyttäjäprofiileista määritellyt kohderyhmät.

Valitsin lahjapapereiden ideointiin Viivi Visuaalisen ja Ville Vaivattoman tunnelmataulut. Valinta perustui siihen, että tunnelmatauluista nousevat teemat olivat graafiset muodot, värit, maanläheisyys ja luonnon elementit. Mielestäni kyseiset teemat toimivat hyvin lahjapaperisuunnittelussa. Otin ideoinnissa huomioon myös strukturoidun haastattelun tulokset lahjapapereista, jotka olivat graafiset ja innovatiiviset kuosit. Innovatiivisuudella tavoitellaan uudenalaista ja erilaista suunnittelua, jo olemassa oleviin tuotteisiin nähden.

Lahjapapereiden idea oli, että kuvioissa olisi naisille ja miehille sopivia vaihtoehtoja. Aloin luonnostelemaan erilaisia graafisia ja geometrisiä toistuvia muotoja sekä luontoaiheisia kuvioita. Valitsin geometriset sekä luontoaiheiset kuviot, koska ne ovat trendikkäitä ja ajattomia.

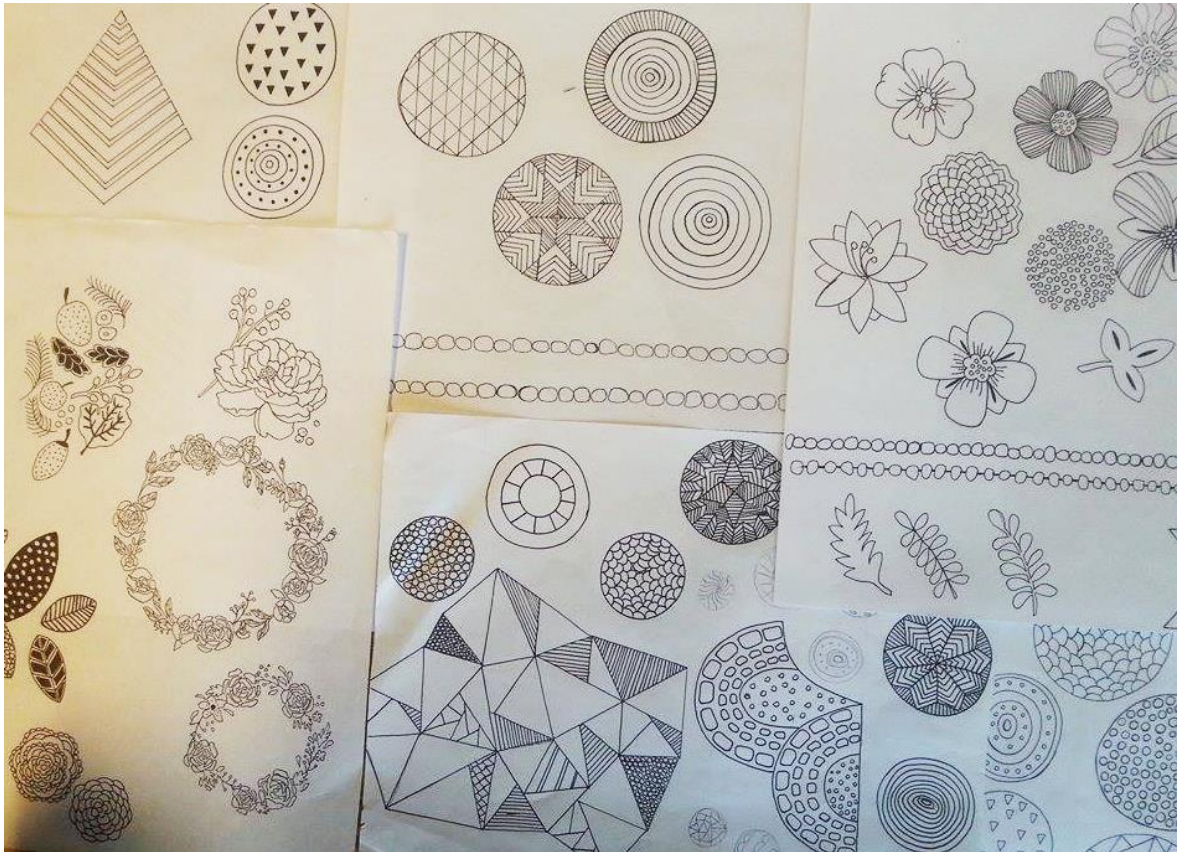
Vuoden 2015 lahjapaperitrendeistä tuli ideoita myös graafisista muodoista. Toinen trendi, jota käytin ideoinnissa oli käsin piirretyt kuviot ja printit. Tästä tuli ajatus, että lahjapaperimallistossa näkyisi käsillä tekeminen ja piirtäminen vielä silloinkin, kun kuviot siirretään kuvanmuokkausohjelmaan. Idea oli, että samanlainen käsin piirretty tekniikka näkyisi kuviosuunnittelussa sekä abstrakteissa että esittävisissä kuvissa. Sen lisäksi halusin tuoda kuvioihin vahvuutta tummilla ääriviivoilla. Valitsin tyylin siksi, että se toisi lahjapapereihin graafisempaa vaikutelmaa.

Strukturoidun haastattelun tulokset huomioon ottaen kuviointien asettelu tulisi olemaa tiheää, jossa olisi sekä pieniä että suuria kuvioita. Tein luonnoksia ensin vain yksittäisistä kuvioista, jotka myöhemmin tehdään kuvankäsittelyohjelmalla toistuviksi. Luonnosten aiheet olivat mm. kukat, lehdet, oksat, kolmiot ja pallot (Kuva 8). Luonnoksia oli noin 30 kappaletta.



Kuva 8. Osa lahjapaperiluonnoksista

Lähetin luonnoksia arvioitavaksi Pyrollille. Heidän mieleensä olivat graafiset kuviinnit kuten helminauhamaiset raidat, kuosipintaiset pyöreät kuviot. Luontoaiheista luonnoksista valittiin kukka- ja lehtiaiheisia teemoja. Yritys pyysi tekemään valituista luonnoksista toistuvia kuvionpintoja, että niiden ajatus tulisi paremmin esille. Lähdin parantelemaan valittuja aiheita, sekä piirsin ääriviivat tussilla. Versioita tuli noin 15 yllä mainituista teemoista (Kuva 9).



Kuva 9. Lahjapaperiluonnoksia skannattavaksi

7.4 Joululahjapapereiden ideointi ja luonnostelu

Joululahjapapereiden ideoinnin lähtökohta oli tunnelmataulut, trendit sekä eri kulttuurien pakkauskäyttäytyminen. Inspiraatiota tunnelmatauluista toi Pirjo Pakkaaja ja Pertti Perinteinen. Mood boardoja tutkimalla luonnosteluun lähti ajatus uuden ja vanhan yhdistämisestä. Ajatuksena oli tuoda joululahjapapereihin perinteisiä asioita uudella tavalla ilmi. Vanhan ja uuden yhdistämisen ajatuksena on nostalgisen

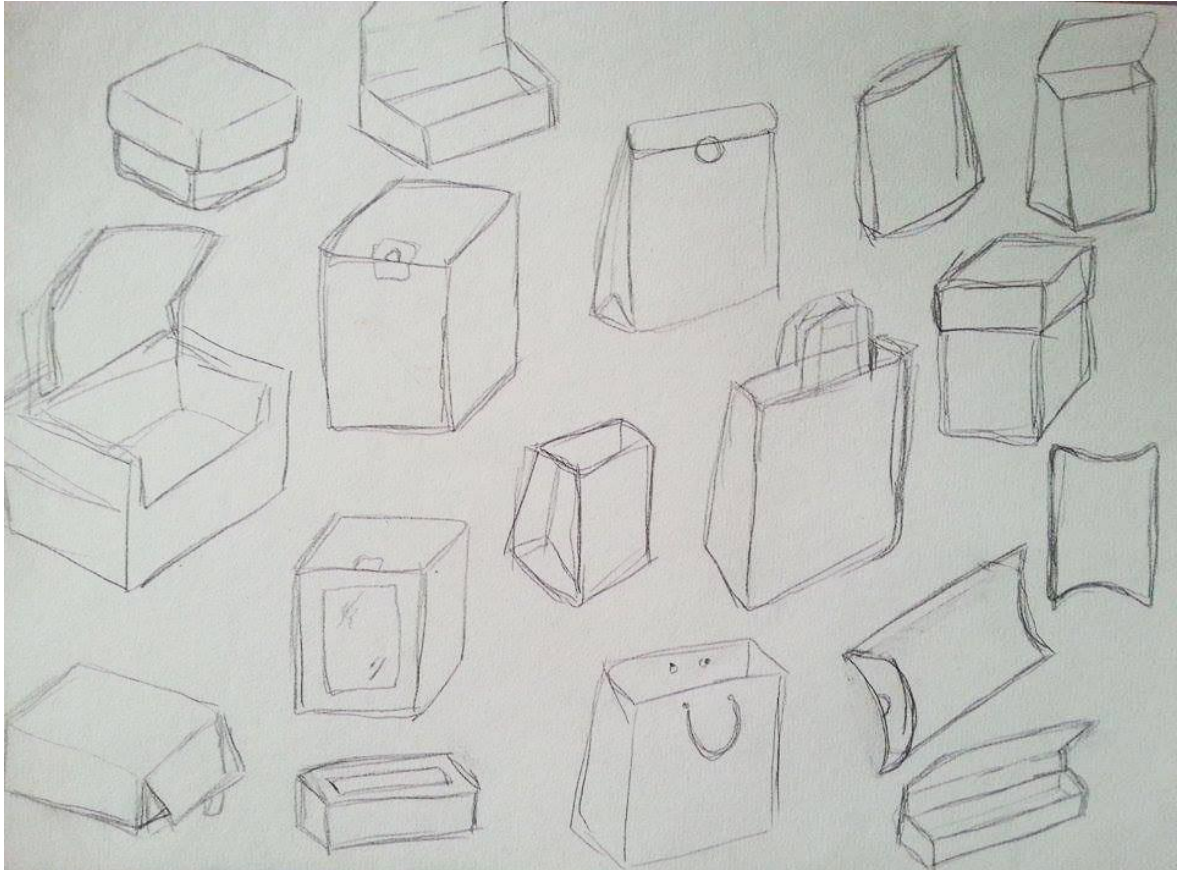
tunteen herättäminen. Nostalgian tunne herätettäisi kuluttajissa kuitenkin modernimmalla ja graafisemmalla suunnittelu- ja piirtotavalla.

Paperitähtien tekemisen idea lähti käsin leikatuista tähdistä. Leikkasin erimuotoisia tähtiä ja käytin niitä avuksi piirtämisessä sapluunan tavoin. Halusin luonnosten näyttävän hieman rosoisilta, jotta niistä tulisi käsintehty vaikutelma. Muita ideoita olivat perinteiset joulukoristeet, kuuset, joulukukat ja tontut ja havut (Kuva 10). Kaikkien luonnosten ajatuksena oli graafinen piirtotapa, säilyttäen kuitenkin kuvion perinteisen ajatuksen.



Kuva 10. Osa joululahjapaperiluonnoksista

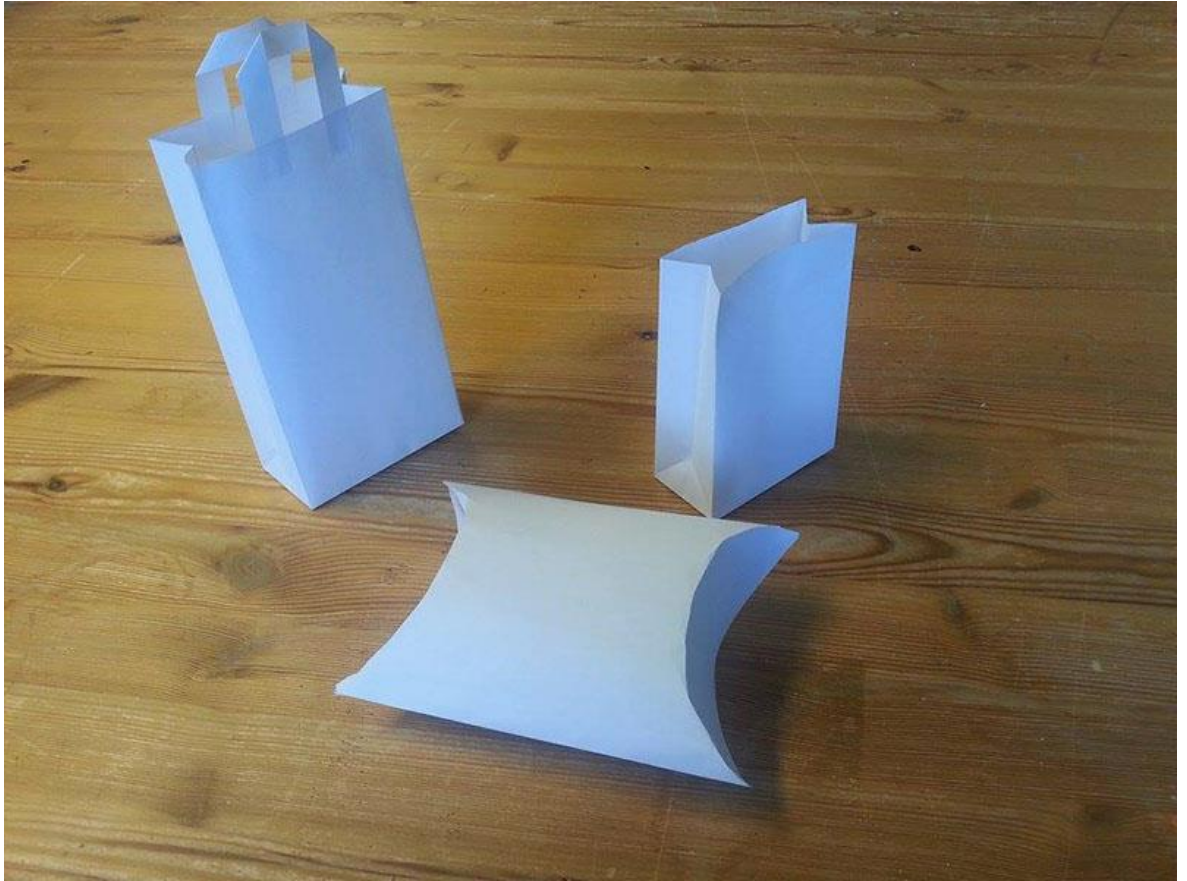
Pirjo Pakkaajan tunnelmataulun pyöreistä muodoista ja maanläheisistä elementeistä syntyi ajatus kranssista joka yhdistää perinteisyyttä ja käsitöitä. Englannin pakkauskäytännöstä tuli ajatus pitsiliinasta. Kulttuurissa käytettiin ennen lahjojen paketoimiseen pitsinauhaa. Siitä syntyi ajatus lähteä soveltamaan pitsiliinoja luonnostelussa. Kokeilin pitsin piirtämistä erilaisilla tekniikoilla. Valitsin pitsiliinan sen tunnearvon vuoksi ja koen sen sopivan hyvin Pakkaajan ja Perinteisen kohderyhmille.



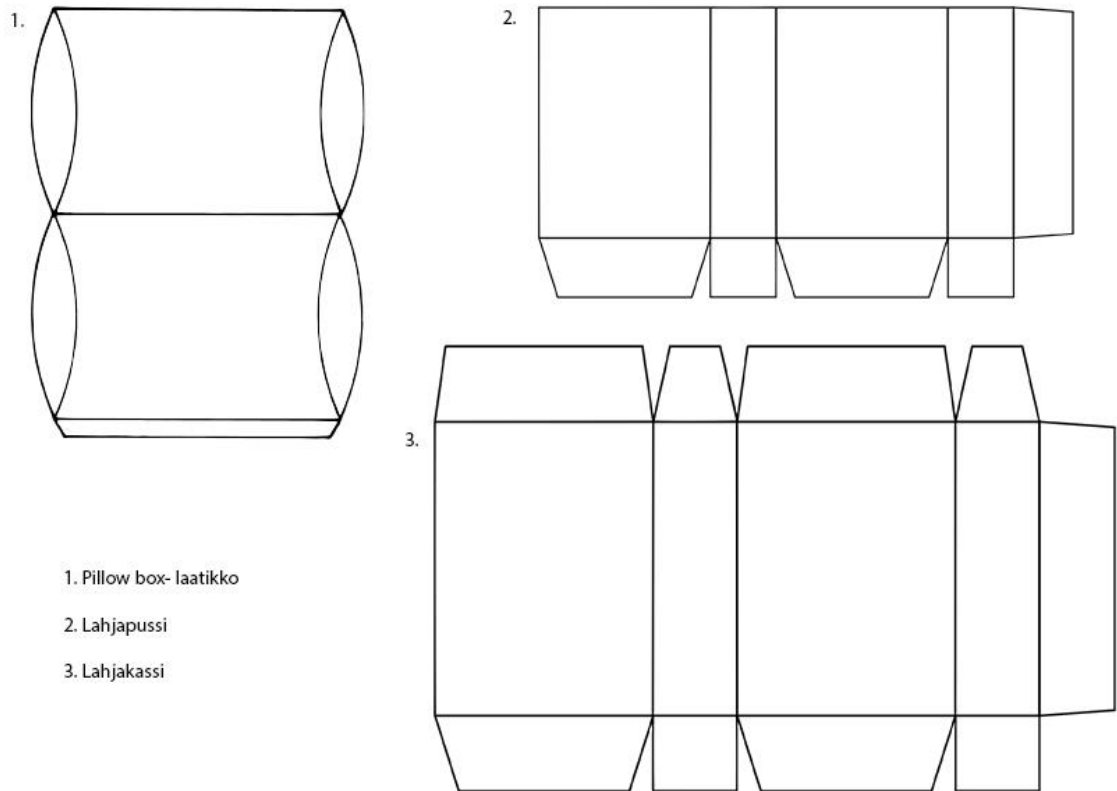
Kuva 12. Luonnoksia pakkauksista

Kolmen erilaisen pakkauksen valitseminen tapahtui sen mukaan, minkä kuluttajat kokivat haastattelussa helpoimmaksi tavaksi paketoida. Valitsin lahjapakkauksiksi lahjapussin, paperipussin ja lahjalaatikon. Lahjalaatikon malliksi valikoitui pillow boxin eli tyynyn muotoinen helposti kasattava lahjapakkaus. Valinta perustui siihen, että kuluttajat käyttävät lahjapaketteja, joilla on vaivatonta paketoita.

Valmistin valikoiduista lahjapakkauksista ensin pienoismallit (Kuva 13), jonka jälkeen piirsin niistä pohjapiirrokset suunnittelua varten (Kuvio 5). Kuvan mallien avulla pakkauksista tulostetaan prototyyppejä.



Kuva 13. Pienoismalleja lahjapakkauksista.



Kuvio 5. Lahjapakkauksien pohjapiirrokset.

7.6 Ideoista konsepteiksi

Lähdin kehittämään luonnoksia aikaisemmin skannaamistani kuvista. Siirsin kuvat koneelle ja vektoroin ne Illustrator ohjelmassa. Olimme sopineet asiakkaan kanssa, että teen luonnoksista ehdotuksia, joissa lahjapapereille valitaan värit sekä kuviot tehdään toistuviksi. Kuvien pääajatus oli nähdä lahjapaperin ajatus toistuvana, kuitenkin kiinnittämättä huomiota erityisemmin asetteluun tai värivaihtoehtoihin. Värien tarkoitus oli tuoda kuvion yksityiskohtia paremmin esille. Valmistin kuvaehdotuksia viidestätoista erilaista luonnoksesta sekä joululahja- että lahjapapereista (Kuvio 6 & 7).

KUVA POISTETTU

Kuvio 6. Osa luonnosten pohjalta tehdyistä lahjapaperiehdotuksista.

KUVA POISTETTU

Kuvio 7. Osa luonnosten pohjalta tehdyistä joululahjapaperiehdotuksista.

Kuvien esittämisen jälkeen asiakkaat valinnat rajautuivat lahjapapereissa kolmeen graafiseen kuosiin sekä joululahjapapereissa viiteen eri kuosiin (Kuvio 8 ja 9). Kuosit tuli kehittää seuraavaa esittelyä varten valmiiksi esityskuviksi, sekä valita lahjapapereille kolme väri vaihtoehtoa.

KUVA POISTETTU

Kuvio 8. Valitut lahjapaperit.

KUVA POISTETTU

Kuvio 9. Valitut joululahjapaperit.

Jatkokehitysvaiheessa tulee ottaa huomioon raportin koko. Suunniteltavan alueen mitat tulevat olemaan 60x70 cm. Lahjapapereiden yleinen leveys on 70 cm. Koko tulee huomioida suunnittelussa niin, että kuviot ovat oikeassa suhteessa raportin kokoon nähden.

Kun valittuja lahja- ja joululahjapapereita on jatkokehitetty, niistä tehdään kuvakysely. Kyselyssä testataan lahjapapereiden kuviointeja ja värityksiä. Värivaihtoehtot valitaan kyselyyn osittain trendiväreistä sekä strukturoidun haastattelun värituloksista.

7.6.1 Lahjapaperit

Lahjapapereista lähdin kehittämään pallot kuviointia. Kuviot olivat ensin ääriviivattomia, josta tuli mielestäni liian hempeä vaikutelma. Paperin oli tarkoitus toteuttaa graafisella ja ääriviivamaisella tyylillä. Sen takia muokkasin kuvioon näkyvät ääriviivat. En kokeillut kuviolle asettelutapoja, koska mielestäni kuviointi vaatii tiheän asettelutavan (Kuva 13).

Vaihdoin pallokuvioinnin ulkonäköä, koska ensimmäisen kokeilun pallot olivat fleksiopainomenetelmälle liian tiheitä. Flesopainossa väri leviää muutamia prosentteja, jonka takia kuvioiden yksityiskohdat olisivat menneet tukkoon. Koen tyylin sopivan paremmin ideoinnin lähtökohtaan (Kuvio 10).

KUVA POISTETTU

Kuvio 10. Pallot-lahjapaperin kehittämistä.

Helmilahjapaperin esityskuvasta lähdin kehittämään helmien muotoa. Nauha näytti todella tiiviiltä, jonka takia lisäsin niiden väliin pienen raon. Muutos näkyy kuvion 11 ensimmäisessä ja toisessa kuvassa. Harventaminen teki kuvioinnista raikkaamman. Kokeilin kuviolle myös erilaisia asettelutapoja. Yksinkertaisen kuvioinnin vuoksi halusin lisätä siihen runsautta, jonka takia päädyin tiheään asettelutapaan (Kuvio 11).

KUVA POISTETTU

Kuvio 11. Helmi lahjapaperin asettelukokeiluja.

Kolmion asettelu koitui haasteeksi, koska kuvio on käsin piirretty ja sen tulee olla symmetrinen, että se toistuu oikein. Kokeilin erilaisia tapoja, jolla kuvion saa toistumaan eri tyyleillä (Kuva 15). Hylkäsin selkeästi muodostuvan sik sak kuvion,

koska halusin suunnitella jotain uutta. Mielestäni kuvan ensimmäiset asettelutyylit eivät päästä kuviota oikeuksiinsa, jonka takia päädyin kolmanteen tiheään vaihtoehtoon.

KUVA POISTETTU

Kuvio 12. Kolmio lahjapaperin asettelukokeiluja.

7.6.2 Joululahjapaperit

Joululahjapapereiden kehittäminen alkoi raportin toistuvuuden testauksella. Kokeilin joulutonttu kuviolle muutamia asettelutapoja. Välinäyttöön tekemässäni luonnoksessa oli liian tiheä kuviointi, joka pyydettiin harventamaan. Kuviossa 13 näkyy viimeisessä kuvassa kuvion lähtökohta, josta kokeilin muutamaa harvempaa vaihtoehtoa. Ensimmäinen kuva oli mielestäni liian harva, jonka takia valitsin keskimäisen vaihtoehdon.

KUVA POISTETTU

Kuvio 13. Joulutonttu joulupaperin asettelukokeiluja.

Joulupallokuvioinnin asettelusta pidettiin yhteistyöyrityksessä jo esityskuvaversiossa, mutta kokeilin kuitenkin miltä se näyttäisi jos pallojen sekaan lisättäisi myös pienimpiä kuvioita. Pidin kuitenkin asettelutavasta, jossa oli tiheästi suuria kuvioita, koska pienissä kuvioissa yksityiskohdat näkyivät huonosti. Joulupallojen tarkoitus on niiden sisällä sijaitsevat yksityiskohtaiset muodot. Asettelutavaksi valikoitui kuvion 14 ensimmäinen kokeilu.

KUVA POISTETTU

Kuvio 14. Joulupallot - joulupaperin asettelukokeiluja.

Pitsisissä vaihtoehtoissa kehitin kuvioita piirtämälle ne tarkastivat uudestaan, koska ne ovat todella yksityiskohtaisia. Kuvion ei tule kuitenkaan olla täysin symmetrinen vaan siinä saa näkyä käsin piirretty jälki. Skannaamisen jälkeen tein kuvioista

vektorikuvat, joihin kokeilin erilaisia ääriviivoja sekä paksuuksia. Kokeilin miltä kuvat näyttävät täyttöväreillä sekä pelkällä ääriviivalla. Kuviossa 15 näkyy vektorigrafiikan avulla toteutettuja kuvia. Kokeilin pitsikuvioista erilaisia variaatioita Illustrator ohjelmalla.

Kokeiluista valitsin lopullisiksi vaihtoehdoksi kuvion 15 yläriviltä viimeisen vaihtoehdon, sekä alemmalla rivillä olevalle koristeellisemmalle kuviolle kolmannen vaihtoehdon. Valitsin ne siksi, koska niistä tuli viimeistelty vaikutelma, sekä kuvioiden yksityiskohdat tulevat selkeästi esille.

Tein samoille kuvioille myös raporttikokeiluja. Halusin kuviolle selkeän asettelun, jonka takia päädyin kuvion 16 viimeiseen vaihtoehtoon, jossa käytin hyödyksi puolipudotusta. Toiselle koristeellisemmalle pitsikuviolle tein samanlaisia kokeiluja. Kokeiluista kuitenkin osoittautui, että kuvio toimii parhaiten kun se ei ole liian tiheä (Kuvio 17). Lopulliseen mallistoon valitsin kuvion 17 keskimmäisen asettelutavan.

KUVA POISTETTU

Kuvio 15. Pitsikuvioiden ääriviivakokeiluja.

KUVA POISTETTU

Kuvio 16. Pitsikuvion asettelukokeiluja.

KUVA POISTETTU

Kuvio 17. Pitsikuvion asettelukokeiluja.

Kranssijoululahjapaperin asettelukokeilut olivat samantapaisia kuin edelliset. Kuvion 18 viimeinen vaihtoehto valikoitui lahjapaperimallistoon, koska pidin sen graafi-

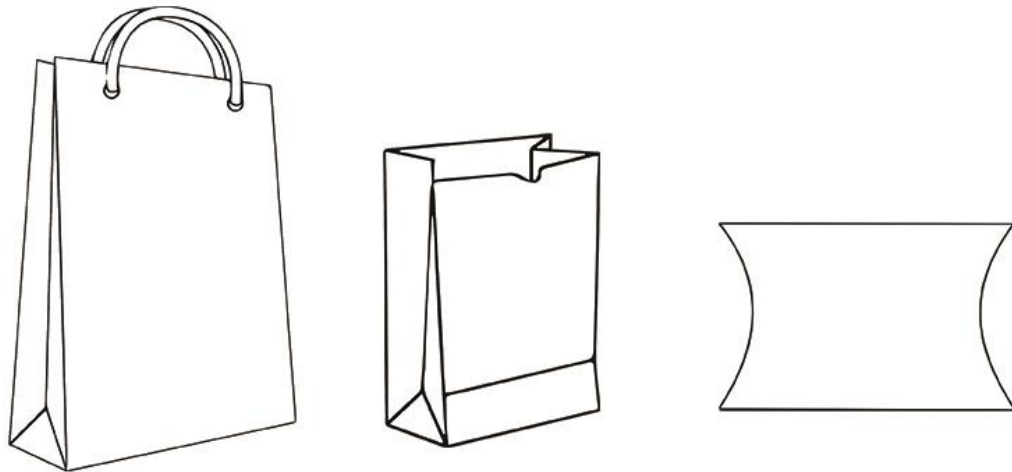
sesta vaikutelmasta. Valinta perustuu myös siihen, että kuvio toimii parhaiten tiheänä, koska kuvio itsessään on hyvin hento ja yksinkertainen.

KUVA POISTETTU

Kuvio 18. Kranssikuvion asettelukokeiluja.

7.6.3 Lahjapakkaukset

Aloitin pakkauksien kehittämisen tekemällä perspektiivikuvat lahjakassista, paperipussista ja pillow boxista (Kuvio 19). Kuvien tarkoitus on hahmottaa miltä kuvioinnit näyttävät pakkauksessa. Lähdin kokeilemaan kuviin erilaisia kuvioden toistumisvaihtoehtoja. Valitsin lahjapakkausten teemoiksi lahjapapereista graafisen kolmiokuvioinnin ja joulupapereista pitsikuvioinnin. Valitsin kolmiokuvioinnin, koska se toimii kuviona yksittäin että toistettuna. Pitsiteeman valitsin sen trendikkyuden takia. Mielestäni pitsikuviointi toimii pakkauksissa kauniisti yksityiskohtineen yksittäisenä kuviona. Lahjapakkauksille valitaan värit lahja- ja joululahjapapereille luokitelluista vaihtoehtoista.



Kuvio 19. Lahjapakkauksien perspektiivipiirrokset.

Kokeilin kolmio- ja pitsikuvioinnille erilaisia asettelutapoja jokaisella pakkauksella. Asettelin kuvioita toistuvina pakkausten eri osiin. Lahjapakkauksiin kokeilin sekä puolittaisia että toistuvia kuviointeja (Kuvio 20 & 21). Jouluaiheisissa pakkauksissa käytin ainoastaan yksittäistä kuviota (Kuvio 22 & 23).

Lopullisiksi asettelutavoiksi valitsin kolmiolle kuvion 21 yläriviltä ensimmäisen vaihtoehdon, joka tullaan käyttämään sekä lahjakasissa ja paperipussissa. Paperipussille valitsin yllämainitun asettelun lisäksi kuvion 20 alarivissä olevan viimeisen vaihtoehdon. Mielestäni kuvio toimi kivasti myös puolittaisena. Puolikuvion ajatuksena oli, että ostajalla olisi mahdollisuus kirjoittaa pussin kuvioimattomaan osaan.

Pillow box kuviointeja kokeilin toistuvaksi ja puolikuviona pakkauksen eri osiin. Kuvio toimii mielestäni parhaiten toistuvana. Kuvion 21 ylärivillä ensimmäinen kokeilu osoittautui liian tiheäksi. Viimeinen kokeilu taas ei päässyt oikeuksiin liian suuren kuvioinnin takia. Valitsin lopulliseen mallistoon keskimmäisen vaihtoehdon, jossa kuvio tulee selkeästi esille.

KUVA POISTETTU

Kuvio 20. Kolmiokuvion asettelukokeiluja lahjapusseille.

KUVA POISTETTU

Kuvio 21. Kolmiokuvion asettelukokeiluja lahjapakkaukselle.

Jouluaiheisien lahjakassien asettelukokeiluista valitsin lopulliseen mallistoon kuviinnit, jotka sijaitsevat keskellä, alhaalla ja ylhäällä (Kuvio 22). Paperipussille valitsin myös kuviinnit ylhäälle ja keskelle sekä alhaalle. Paperipussin alaosaan valitsemani kuvion idea on toistua tuotteessa pitsinauhamaisena.

Pillow boxin asettelukokeiluja näkyy kuviossa 23. Kokeilin kuviota yksittäisenä pakkauksen eri osiin, josta valitsin mallistoon keskellä, ylhäällä ja reunoilla olevat vaihtoehdot. Valitsin ne siksi, että kuviointi ei näytä liian ahtaalta.

KUVA POISTETTU

Kuvio 22. Pitsikuvion asettelukokeiluja lahjapusseille.

KUVA POISTETTU

Kuvio 23. Pitsikuvion asettelukokeiluja lahjapakkaukselle.

7.7 Kysely kuluttajille

Kvantitatiivinen tutkimus, eli määrällinen tutkimustapa hyödyntää määrällisyyttä, sen muutoksia, jatkumota sekä ryhmien ja kontekstien välisiä eroja. Tutkimuksessa pyritään keräämään tietoa mahdollisimman monelta ihmiseltä kyselyn avulla ennalta laadituilla kysymyksillä. Suuri määrä ihmisiä mahdollistaa tilastollisen analyysin tuloksista, joiden avulla voidaan todeta paremmin toistuvuus. (Ronkainen & Karjalainen 2008, 17–20.) Kyselyssä tarvittavia taustatietoja ovat mm. ikä, sukupuoli ja asuinpaikkakunta.

Kyselyn tavoitteena oli selvittää kuluttajien mielipiteitä lahjapapereiden kuvioinneista ja värivaihtoehtoista omien luonnoksien pohjalta. Vastausten avulla pyritään hahmottamaan millaisia lahja- ja joululahjapapereita kuluttajat haluavat. Kyselyn tuloksia tullaan käyttämään malliston lopullisessa suunnitelmassa. Kyselyllä hahmotetaan, vastaavatko yhteistyöyrityksen valinnat kyselyn tuloksia. Tuloksia voidaan esittää Pyrollille ennakkokyselyn tavoin, jossa tarkastellaan mitkä lahja- ja joululahjapaperit ovat kaupallisia.

Kysely tehtiin Webropol -sovelluksella, jossa käytetään hyväksi sähköistä kyselylomaketta. Kysely jaettiin Facebookissa olevalle askarteluun ja sisustukseen keskittyvälle suljetulle sivustolle.

Valitsin kyselyn lahjapaperi ja joululahjapaperivaihtoehdot yhteistyöyrityksen valintojen pohjalta. Otin mukaan myös omia valintoja, mitkä koin onnistuneiksi. Omat valintani eivät kuuluneet yhteistyöyrityksen lopulliseen mallistoon valituista konsepteista. Halusin nähdä onko kuluttajat samaa mieltä sekä omista valinnoistani että yhteistyöyrityksen valinnoista. Kyselyn tavoite on löytää kuluttajien suosikki-lahjapaperit ja värit. Valikoin lahjapapereihin värivaihtoehtoja kartoittamalla väritrendejä ja strukturoidun haastattelun tuloksia kuluttajien värimielityksistä.

7.8 Kyselyn runko

Kyselyn alussa esitetään taustakysymyksiä vastaajien sukupuolesta, iästä ja asuinpaikkakunnasta, joiden avulla selvitetään vastaajien kohderyhmää. suurin.

Toisessa osiossa kysytään kuvavalintakysymysten avulla vastaajien mielipiteitä, mitkä lahjapaperit ja joululahjapaperit sekä värit miellyttävät heitä eniten.

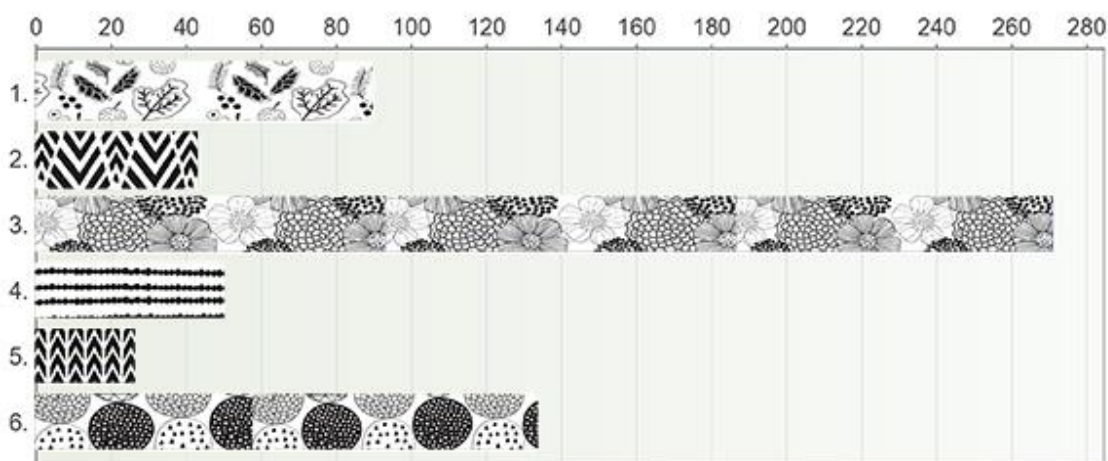
Kyselyn olennaisin osa on omien luonnoksien testaaminen, jonka takia kaikki kuvakysymykset suoritetaan vaihtoehtoista valitsemalla. Tuloksissa tarkastellaan eniten vastauksia saaneita lahja- ja joululahjapapereita sekä värejä. Tuloksia käytetään lahjapapereiden kehittämisessä erityisesti värien valinnoissa.

7.9 Kyselyn analysointi

Kyselyyn vasta 660 henkilöä, joista lähes kaikki olivat naisia. Suurin osa vastaajista oli iältään 26–35-vuotiaita. Eniten vastaajia oli Uudenmaan ja Pirkanmaa alueilta. Enemmistö oli työssäkäyviä. Kyselylomake löytyy liitteestä 2. Vastauksien tarkemmat prosentuaaliset luvut näkyvät liitteessä 3.

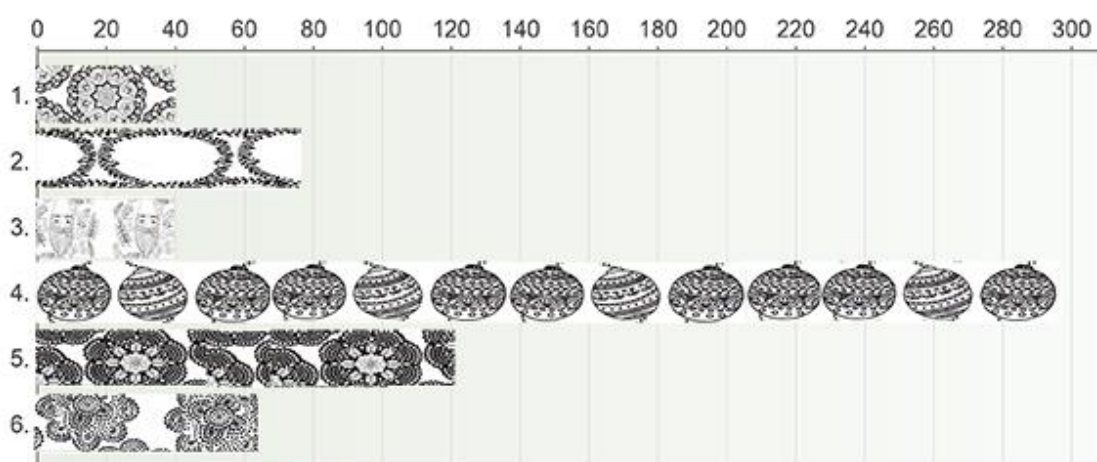
Toisessa osassa kysyttiin kuvakysymyksillä, minkä vastaajat kokivat miellyttävämmäksi lahjapaperikuvioinniksi. 40 prosenttia vastaajista valitsin kohdan 3, 21 prosenttia kohdan 6. ja 14 prosenttia kohdan 1. Suosituimmiksi kuvioinneiksi valikoituivat esittävät lahjapaperit (Taulukko 1).

Taulukko 1. Lahjapaperikuviointien tulokset.



Joululahjapapereista (Taulukko 2) eniten ääniä saanut kuviointi oli kohta 4, joka oli saanut äänistä 47 prosenttia. 19 prosenttia vastauksista oli saanut kohta 5. ja 11 prosenttia kohta 2. Joululahjapaperisuosikiksi valittiin selvästi jouluisin vaihtoehto.

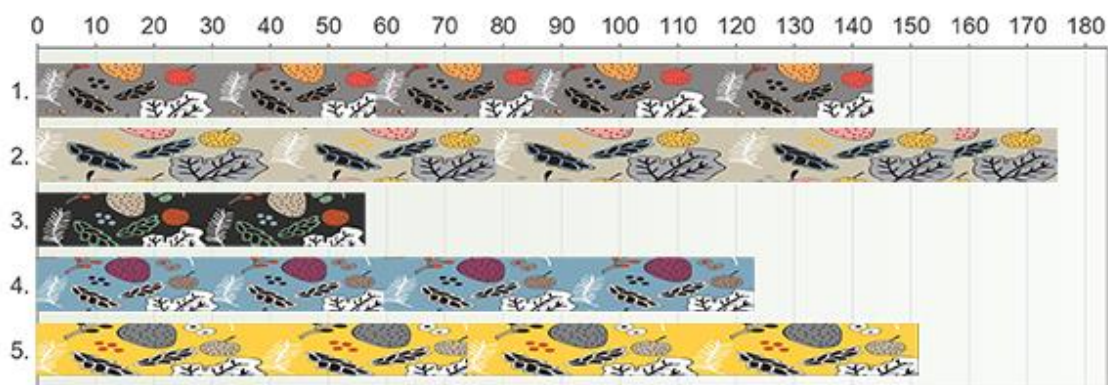
Taulukko 2. Joululahjapaperikuviointien tulokset



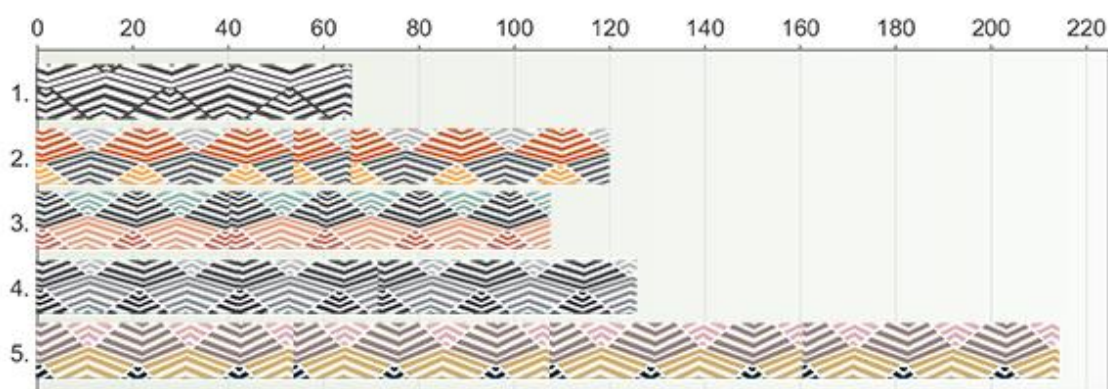
Lahja- ja joululahjapaperikuvioinneista pyydettiin valitsemaan paras väri annetuista vaihtoehtoista. Lahjapapereiden värikysymyksissä oli enemmän hajontaa kuin joululahjapapereiden. Joulupapereista löytyi tuloksellisesti selkeämmät vaihtoehdot. Värituloksia tarkastellaan eniten ääniä saaneiden kuviointien pohjalta.

Puutarha- kuvioinnista 27 prosenttia ääniä sai kohta 2 (Taulukko 3). Taulukossa 4, eniten ääniä saanut väri vaihtoehto kolmiokuvioista oli selvästi kohta 5. Kyseinen kohta keräsi vastauksia 34 prosenttia.

Taulukko 3. Puutarha- lahjapaperin väritulokset

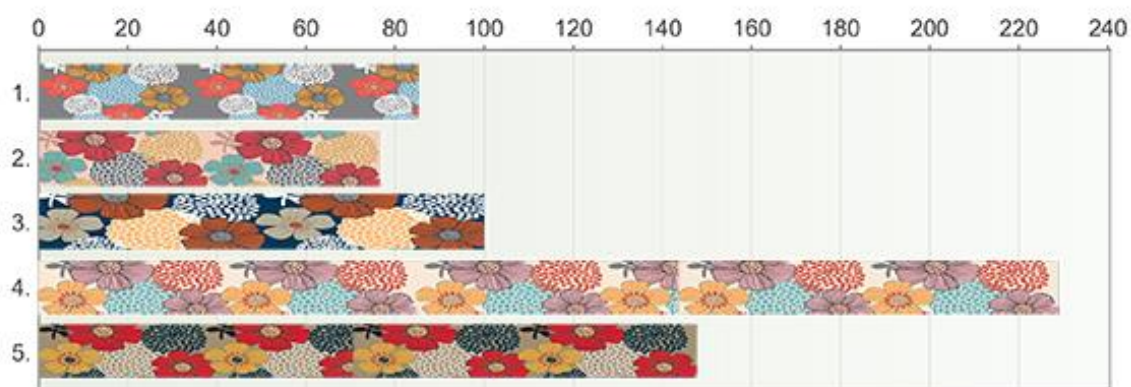


Taulukko 4. Kolmiolahjapaperin väritulokset.



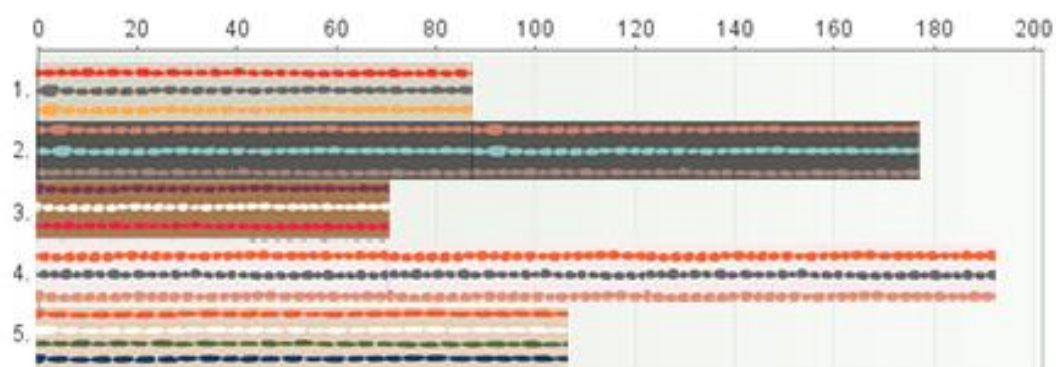
Taulukossa 5. eniten ääniä saaneet kukkakuosit ovat 4. ja 5. Lahjapaperin paras värivaihtoehto oli neutraali, harmoninen väriyhdistelmä. Toinen ääripää seuraavaksi eniten saaneelle värivaihtoehdolle oli tummat sävyt, jossa oli mm. tumman-sinistä, mustaa ja punaista.

Taulukko 5. Kukka- lahjapaperin väritulokset



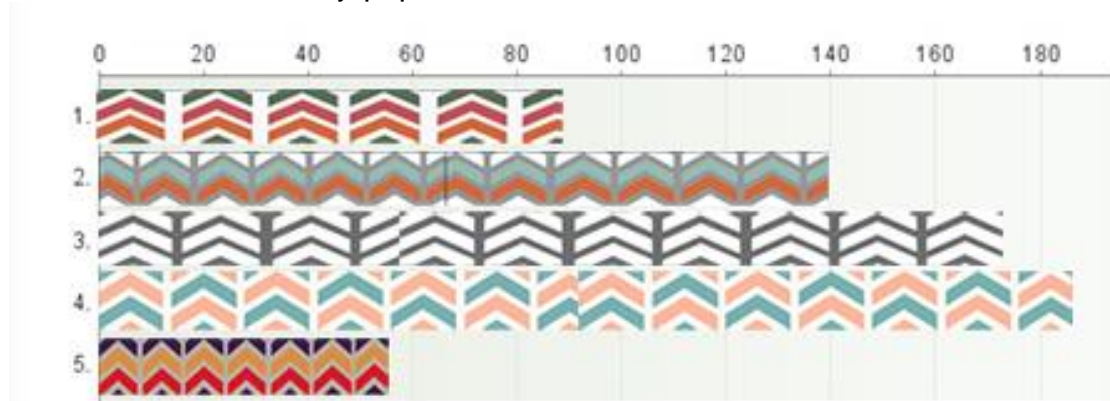
30 prosenttia helmikuvioinnin vastauksista sai kohta 4 taulukossa 6. Värivaihtoehto oli neutraalein, johon kuitenkin toi kontrastia harmaa. Toiseksi eniten saanut kohta 2 oli yllättävä, koska muiden lahjapaperikuvioiden valinnoissa ei ole suosittu tummia väriyhdistelmiä. Kohta kaksi sai vastauksia 27 prosenttia.

Taulukko 6. Helmi lahjapaperin väritulokset.

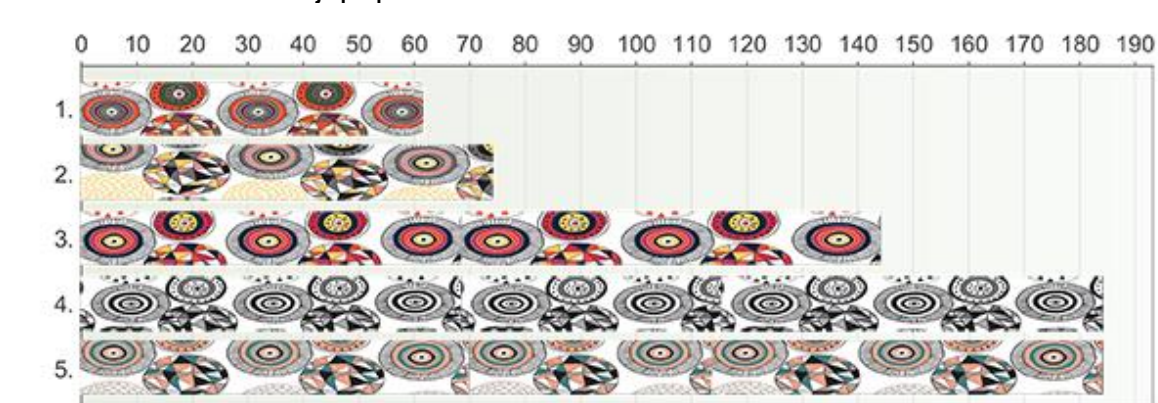


Sik sak kuvion kohta 4 oli kuluttajien mielestä miellyttävin värivaihtoehto. Se sai äänistä 29 prosenttia. 27 prosenttia vastauksista keräsi kohta 3 (Taulukko 7). Taulukossa 8, pallo lahjapaperin kohdat 4 ja 5 saivat vastauksia 28 prosenttia.

Taulukko 7. Sik sak lahjapaperin väritulokset.

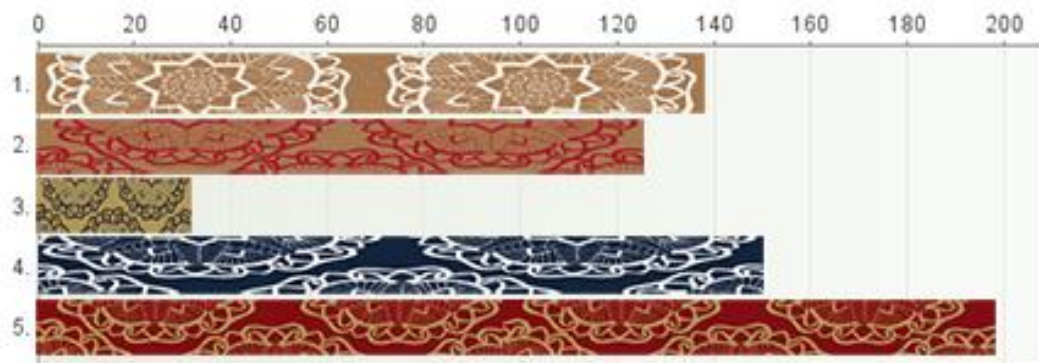


Taulukko 8. Pallot lahjapaperin väritulokset.



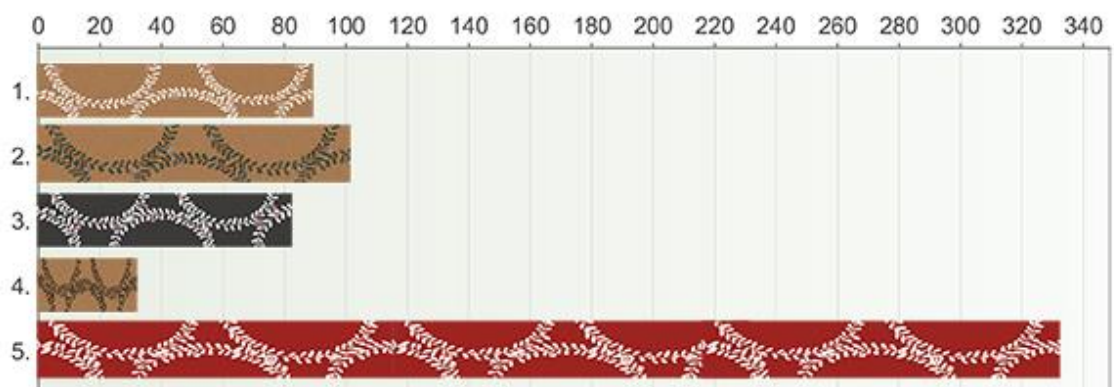
Joululahjapapereissa ensimmäisenä kysyttiin yksityiskohtaisen pitsikuvioinnin väreistä (Taulukko 9). Tuloksista kohdan 5 punaisen ja kullan yhdistelmä sai vastauksista 31 prosenttia. Kohta 4 keräsi vastauksia 23 prosenttia.

Taulukko 9. Pitsijoulupaperin väritulokset.



Joululahjapapereista kranssi- kuvioidin suosituin vaihtoehto oli kohta 5, joka sai enemmistön vastauksista (Taulukko 10).

Taulukko 10. Kranssi joulupaperin väritulokset



Joulutonttupaperin kohta 1 sai 40 prosenttia kuluttajien vastauksista (Taulukko 11). Kohdan 4 valitsi 18 prosenttia.

Taulukko 11. Joulutonttu joulupaperin väritulokset.



Joulupallopaperin suosituin valinta oli 282 vastauksella kohta 2 punaisen beigen ja valkoisen väriyhdistelmä. (Taulukko 12). 25 prosenttia vastauksia sai kohta 5, joka erosi kohdasta 2 vihreällä värillä.

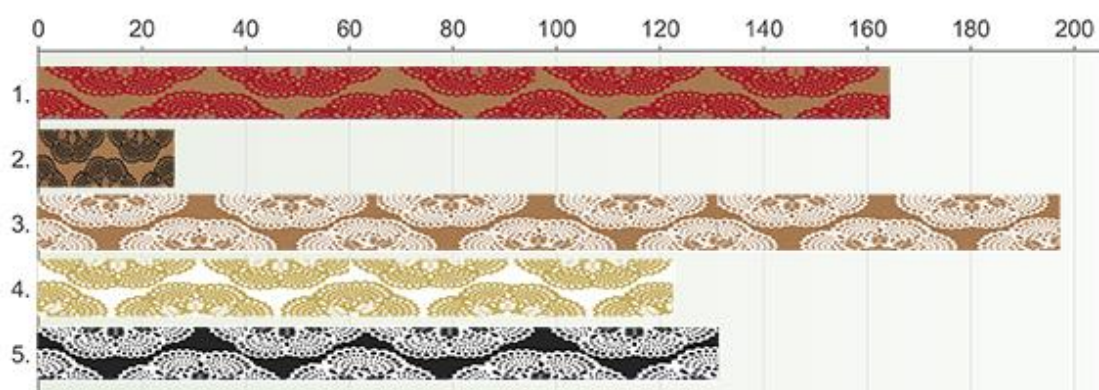
Taulukko 12. Joulupallot joulupaperin väritulokset.



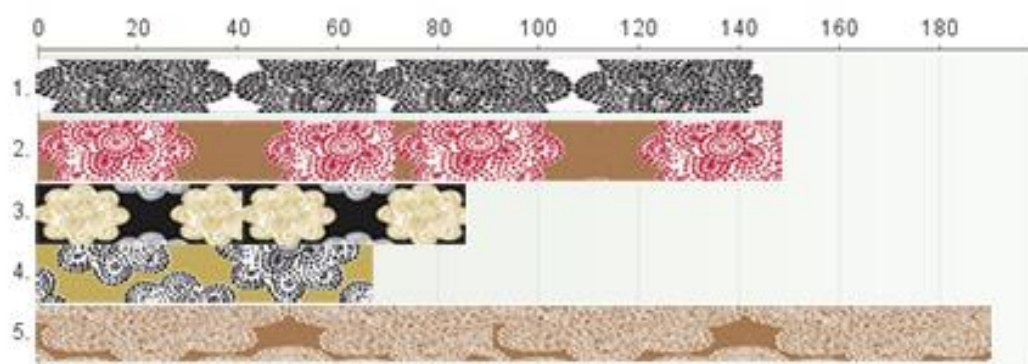
Toisen pitsisen vaihtoehdon eniten ääniä keränneet värit olivat valkoinen ja punainen ruskealla voimapaperipohjalla. 30 prosenttia vastasi kohdan 3 ja 25 prosenttia kohdan 1 (Taulukko 13). Vähiten ääniä sai musta kuviointi.

Taulukon 14 tuloksista 30 prosenttia sai kohta 5. Kohtien 1 ja 2 välinen ero oli prosentin verran. Punaisen väri vaihtoehdon valitsi 28 prosenttia.

Taulukko 13. Pitsi - joulupapein väritulokset.



Taulukko 14. Joulukukka joulupaperin väritulokset.



Kyselyn tulokset olivat osittain samanlaisia kuin yhteistyöyrityksen valinnat. Lahjapaperikuvioinneissa oli enemmän hajontaa. Kuluttajat valitsivat miellyttävimmiksi lahjapapereiksi esittävät kuvat ja yhteistyöyritys graafisemmat vaihtoehdot. Yritys oli kuitenkin sitä mieltä, että esimerkiksi lahjapapereiden eniten saanut kuviointi oli todella toimiva. Lahjapapereiden väritulosten kanssa yritys oli samaa mieltä. Tulokset osoittivat, että lahjapapereiden suosittummat väriyhdistelmät ovat neutraalit, pastelliset sävyt ja musta-harmaa- valkoiset.

Joululahjapapereista yrityksen suosikkeihin lukeutui joulupallokuviointi, joka oli myös selkeästi kuluttajien mieleen. Suurin osa kyselyssä testatuista kuviovaihtoehdoista oli Pyrollin jatkoon valitsemia, jonka takia yrityksen ja kuluttajien vastauksien välillä ei ollut juurikaan eroja. Muita kyselyssä pärjänneitä lahjapapereita olivat joulupallojen lisäksi pitsi- ja kranssikuviointi. Väri vaihtoehdoista oltiin samaa mieltä sen osalta, että jouluiset värit ovat myyvimpiä, joka tuli selvästi ilmi kyselyn tuloksista. Suurimmassa osassa joululahjapapereista paras väri oli punainen. Myös valkoiset kuvioinnit värillisellä pohjalla olivat suosittuja.

7.10 Kehittely lopulliseksi mallistoksi

Suunnitteluprosessin lopullinen mallisto koostui värisuunnittelusta. Käytin väri vaihtoehtojen määrittämisessä nettikyselyn tuloksia sekä trendiväriennusteita. Trendivärit määrittivät enemmän lahjapaperivärejä, koska väriskaala muodostui neutraaleista ja pastelleista sävyistä, jotka eivät mielestäni sovellu joululahjapapereille ja jouluaiheisille pakkauksille. Lahjapakkauksien värit määrittyivät lahjapaperivalintojen pohjalta. Väri valintojen lisäksi malliston lopulliset raporttikoot valmistetaan kokoon 60x70 cm.

Mallisto sisältää kolme lahjapaperia, viisi joululahjapaperia, joista on kolme erilaista väri vaihtoehtoa. Pakkauksissa on kolme erilaista mallia, joihin on sovellettu pitsijoulupaperin ja kolmiolahjapaperin kuviointeja. Lahjapakkauksilla on kaksi väri vaihtoehtoa.

7.10.1 Lahjapaperit

Kolmiolahjapaperin lopullisiksi väreiksi valikoitui kolme eniten vastauksia saaneet värivaihtoehdot. Värit muuttuivat sen verran, että neljä väriä vaihtui kolmeen väriin. Värit vastaavat kyselyn värivaihtoehtojen tuloksia. Yhden värin pois jättämiseen vaikutti se, että kokonaisuudesta tulisi hillitympi ja kuvio pääsisi oikeuksiin. Kyselyn tulokset osoittivat, että kaikista kolmiokuvion värivaihtoehtoista oli valittu parhaiksi lämpimiä ja melko neutraaleja sävyjä. Toin kuitenkin muutamilla värikkäimmillä sävyillä kontrastia ja kirkkautta. Jätin osaan valkoisen taustan raikastamaan tunnelmaa.

Valitsin lahjapaperin nimeksi Riemu. Kuvioissa 24, 25 ja 26 näkyy Riemu lahjapaperin värivaihtoehdot.

KUVA POISTETTU

Kuvio 24. Riemu värivaihtoehto 1.

KUVA POISTETTU

Kuvio 25. Riemu värivaihtoehto 2.

KUVA POISTETTU

Kuvio 26. Riemu värivaihtoehto 3.

Pallo kuvioisen lahjapaperin lopulliseen mallistoon valitsin kyselyssä eniten vastauksia saaneet värivaihtoehdot. Värejä ei muutettu, koska koin ne toimivaksi kokonaisuudeksi. Vaihtelevan väriskaalan takia se soveltuu usealle käyttäjäryhmälle. Värit myös vastaavat strukturoidun haastattelun tuloksia, jossa kuluttajat halusivat neutraaleja ja kirkkaita värejä. Valitsin lahjapaperin nimeksi Onni. Esityskuvat lahjapaperin värivaihtoehdoista näkyvät kuvioissa 27, 28 ja 29.

KUVA POISTETTU

Kuvio 27. Onni värivaihtoehto 1.

KUVA POISTETTU

Kuvio 28. Onni värivaihtoehto 2.

KUVA POISTETTU

Kuvio 29. Onni värivaihtoehto 3.

Helmilahjapaperin väreistä halusin raikkaan kokonaisuuden. Raikkauden tuomiseksi käytin osassa valkoista taustaa. Lopulliseen mallistoon valittiin kyselyn tuloksista eniten saaneet värivaihtoehdot. Muutin värejä kuitenkin kirkkaampaan suuntaan, pysyen samassa väriskaalassa. Valitsin trendiväriennusteiden monipuolisesta väripaletista pehmeitä sävyjä kuten keltaisen, oranssin ja vaaleanpunaisen. Koen muutosten parantaneen lahjapaperin värikokonaisuutta. Kuosin nimeksi tuli Ilo. Ilon lopulliseen mallistoon valikoitui kolme värivaihtoehtoa (Kuvio 30, 31 & 32).

Lahjapaperimalliston tuotteet sopivat mielestäni erityisesti syntymäpäivätarkoitukseen. Halusin antaa niille nimet jotka kuvastavat lahjan antamisen ja saamisen tunnetta. Sen takia nimiksi valikoitui Riemu, Onni ja Ilo.

KUVA POISTETTU

Kuvio 30. Ilo värivaihtoehto 1.

KUVA POISTETTU

Kuvio 31. Ilo väri vaihtoehto 2

KUVA POISTETTU

Kuvio 32. Ilo väri vaihtoehto 3

7.10.2 Joululahjapaperit

Joululahjapapereissa kyselyn tuloksista selkeät suosikit olivat jouluiset värit kuten punainen, vihreä ja valkoinen. Käytin useassa joulupaperin pohjavärinä ruskeaa voimapaperia, joka on vuoden 2015 trendi. Voimapaperi oli saanut kyselyssä vastauksia, jos se oli liitetty vaalean kuvioinnin kanssa.

Kyselyn tulokset osoittivat, että kuluttajat haluavat joululahjapapereihin perinteisiä värejä. Sen takia lisäsin osaan lahjapapereihin mm. lisää punaista. Joululahjapapereissa ei pidetty tummista sävyistä, mutta kyselyssä harmaapohjainen joulupallopaperi oli valittu. Sen takia päätin laittaa tumman harmaan taustan osaan joululahjapapereihin.

Joulupallolahjapaperin värit lopulliseen mallistoon ovat valittu eniten saaneista väri-
valinnoista. Värejä muutettiin sen verran, että kuvioinneista tuli jouluisempia. Lahjapaperi on toteutettu värjäämällä ääriviivat täyttöväreiden sijaan. Tein valinnat sen takia, että kyselyssä kaikkien joululahjapapereiden suosituimmiksi valitut vaihtoehdot sisälsivät punaista. Kuvioissa 33, 34 ja 35 näkyvät malliston lopulliset väri-
valinnat.

KUVA POISTETTU

Kuvio 33. Joulupallot värivaihtoehto 1

KUVA POISTETTU

Kuvio 34. Joulupallot värivaihtoehto 2

KUVA POISTETTU

Tonttulahjapaperin ylivoimainen suosikkivärivaihtoehto oli kuviointi valkoisella pohjalla, jonka takia valikoin sen lopulliseen mallistoon. Muita tykättyjä värityksiä olivat tumma pohja sekä ruskea voimapaperipohja. Vuoden 2015 trendeissä suosittiin tummia liitutaulumaisia taustoja, jonka takia valitsin tonttukuviolle harmaan pohjan. Tausta myös toimii hyvin kuosin vaaleiden yksityiskohtien kanssa. Kolmanneksi värivaihtoehdoksi valitsin ruskeapohjaisen paperin, jossa kuvion yksityiskohdat ovat jouluisen punaiset. Joulupaperin lopulliseksi nimeksi valitsin Tonttumetsä. Tonttumetsän värivaihtoehdot näkyvät kuvioissa 36, 37 ja 38.

KUVA POISTETTU

KUVA POISTETTU

KUVA POISTETTU

Kuvio 38. Tonttumetsä värivaihtoehto 3

Koristeellinen lahjapaperin värivaihtoehdot valikoituivat kyselyssä käytetyistä väri-
vaihtoehdoista. Väreiksi valikoituivat ne, mitkä olivat saaneet kuluttajilta eniten
vastauksia. En kokenut tarvetta muuttaa papereiden värejä, koska mielestäni ne
muodostavat monipuolisen kokonaisuuden. Lopullisen malliston väreissä on mm.
vuoden 2015 lahjapaperitrendeihin lukeutuva kulta. Taikan värivaihtoehdot näky-
vät kuvioissa 39, 40 ja 41.

Joululahjapaperin kuviointi on hyvin koristeellinen ja yksityiskohtainen, jopa lu-
moava. Valitsin näiden mielikuvien perusteella joulupaperille nimeksi Taika.

KUVA POISTETTU

Kuvio 39. Taika väri vaihtoehto 1

KUVA POISTETTU

KUVA POISTETTU

Kranssilahjapapereiden lopulliseen mallistoon valitsin puna- valkoisen värivaihtoehdon, joka sai kyselyssä enemmistön vastauksista (Kuvio 42). Kaksi muuta värivaihtoehtoa valikoitui samoilla menetelmillä. Ruskeapohjaiset lahjapaperit ovat samantyyllisiä. mutta valkoisessa kuvioinnissa kranssi tulee paremmin esille (Kuvio 43 ja 44). Mielestäni värivaihtoehtoista tulee perinteinen vaikutelma, mikä oli yksi joulupaperimalliston lähtökohdista. Joulupaperin lopullinen nimi on Kranssi.

KUVA POISTETTU

Kuvio 42. Kranssi värivaihtoehto 1.

KUVA POISTETTU

Kuvio 43. Kranssi värivaihtoehto 2.

KUVA POISTETTU

Kuvio 44. Kranssi värivaihtoehto 3.

Pitsijoululahjapaperin lopulliseen mallistoon valitsin kaksi valkoisen väristä pitsikuviointia (Kuvio 45 & 46). Kuviot toistuvat mustalla ja ruskealla voimapaperipohjalla. Aiemmissa lahjapapereissa ei ole ollut synkkiä sävyjä, koska kuluttajat toivovat joulupapereilta värikkyyttä. Musta- valkoinen pitsikuviointi oli kuitenkin valittu kyselyssä toimivaksi yhdistelmäksi muiden lahjapapereiden värivalinnoista poiketen. Toiselle valkokuvioiselle kuviolle valitsin ruskean värisen pohjan, josta pitsikuvio nousee hyvin esille. Kolmas värivaihtoehto on punainen kuviointi (Kuvio 47). Joululahjapaperin nimeksi tuli Pitsi.

KUVA POISTETTU

KUVA POISTETTU

KUVA POISTETTU

7.10.3 Lahjapakkaukset

Lopullinen lahjapakkauksmallisto rakentui värisuunnittelusta. Valikoin lahjapakkauksien värit Riemu lahjapaperin pohjalta. Varsinaisessa Riemu lahjapaperissa ei ollut mustaa, mutta valitsin sen tuomaan kontrastia muille vaaleille sävyille. Halusin tuoda pakkaukseen myös ääriivamaista tyyliä, jonka takia poistin yhdestä kuvioista väripinnan ja täytin ääriviivat tummanharmaalla sävyllä. Kolmannen väri vaihtoehdon valitsin Riemu lahjapaperista oranssin sävyn (Kuvio 48). Valitsin värin tuomaan tasapainoa ja rakkautta tummien sävyjen sekaan.

Riemupakkauksille valikoitui kaksi eri väriä joita käytetään kolmessa erilaisessa pakkauksessa. Esityskuvat ovat tehty pohjapiirroksina sekä perspektiivikuvina. Pillow boxin pohjapiirrokset näkyvät kuviossa 48 ja esityskuvat kuviossa 49. Kuviossa 50 pohjapiirrokset Riemu lahjakassista ja kuviossa 51 esityskuvat. Kuviossa 52 ja 53 ovat paperipussin pohjapiirrokset ja esityskuvat.

KUVA POISTETTU

Kuvio 48. Riemu lahjapakkauksen pohjapiirrokset

KUVA POISTETTU

Kuvio 49. Riemu lahjapakkauksien esityskuva

KUVA POISTETTU

Kuvio 50. Riemu lahjakassin pohjapiirrokset.

KUVA POISTETTU

Kuvio 51. Riemu lahjakassin esityskuvat.

KUVA POISTETTU

Kuvio 52. Riemu paperipussin pohjapiirrokset.

KUVA POISTETTU

Kuvio 53. Riemu paperipussin esityskuvat.

Jouluaiheisiin pakkauksiin valitsin Pitsi lahjapaperista punaisen ja valkoisen värin, koska värit olivat kyselyssä eniten saaneiden vastauksien joukossa. Pakkausten pohjavärinä toimii ruskea voimapaperi. Olin kokeillut pitsikuviolle myös tummanharmaata vaihtoehtoa, mutta kyselyn tuloksista näkyi, että kuluttajat mieltävät enemmän kirkkaita sävyjä jouluisissa tuotteissa. Sen takia jätin värin pois mallistosta.

Joulupakkauksilla on kaksi eri värivaihtoehtoa, punainen ja valkoinen, kolmessa erilaisessa pakkauksessa. Pakkauksista on myös tehty toistuva kuviopinta pohjapiirustuksiin ja esityskuviin. Kuviossa 54 ja 55 on valkoisen värivaihtoehdon pillow box pakkaukset. Kuvioissa 56 ja 57 näkyy punaisen värivaihtoehdon pohjapiirustukset sekä esityskuvat.

KUVA POISTETTU

Kuvio 54. Pitsi pillow boxin pohjapiirrokset.

KUVA POISTETTU

Kuvio 55. Pitsi pillow boxin esityskuvat

KUVA POISTETTU

Kuvio 56. Pitsi pillow boxin pohjapiirustukset värivaihtoehto 2.

KUVA POISTETTU

Kuvio 57. Pitsi pillow box esityskuva värivaihtoehdosta 2.

Pitsiteemaisen lahjakassin värivaihtoehtojen pohjapiirrokset näkyvät kuviossa 58 ja 60 sekä esityskuvat kuvioissa 59 ja 61.

KUVA POISTETTU

Kuvio 58. Pitsi lahjakassin pohjapiirrokset.

KUVA POISTETTU

Kuvio 59. Pitsi lahjakassin esityskuvat värivaihtoehdosta 1.

KUVA POISTETTU

Kuvio 60. Pitsi lahjakassi pohjapiirrokset värivaihtoehdosta 2.

KUVA POISTETTU

Kuvio 61. Pitsi lahjakassin esityskuvat värivaihtoehdosta 2.

Lopulliseen mallistoon valikoidun Pitsi paperipussin pohjapiirrokset ja kuvioasettelut värivaihtoehtoineen näkyy kuviossa 62 ja 64 sekä esityskuvat kuvioissa 63 ja 66.

KUVA POISTETTU

Kuvio 62. Pitsi paperipussin pohjapiirrokset värivaihtoehdosta 1.

KUVA POISTETTU

Kuvio 63. Pitsi paperipussin pohjapiirrokset värivaihtoehdosta 2.

KUVA POISTETTU

Kuvio 64. Pitsi paperipussin esityskuvat värivaihtoehdosta 2.

KUVA POISTETTU

Kuvio 65. Pitsi paperipussin esityskuvat värivaihtoehdosta 2.

7.11 Prototyyppien valmistus

Valmistin prototyyppimalleja lahja- ja joululahjapapereista sekä lahjapakkauksista. Prototyyppien avulla tarkistetaan konseptien kuviointien toimivuus. Konseptit eivät tule olemaan todellisessa koossa, vaan niiden kokoa on täytynyt pienentää valmistusta varten.

Valitsin valmistettavaksi yhden värivaihtoehtoon jokaisesta lahja- ja joululahjapaperiryhmästä. Valikoin prototyypeiksi erilaisia värivaihtoehtoja. Väriavaintojen tarkoitus oli, että lahjapapereiden todelliset värit tulevat paremmin esille. Tulostin viisi erilaista joululahjapaperia ja kolme lahjapaperia. Työstin lahjapapereista paketteja. Niiden idea oli nähdä miltä paperit näyttävät paketoituna (Kuva 14, 17 & 18).

Lahjapakkauksista päätin valmistaa pillow boxista, lahjakassista ja paperipussista prototyyppit, jotka näkyvät kuvissa 14, 15, 16 ja 20. Pysin valikoimaan pakkauksia niin, että lopullisissa malleissa näkyisi toistuvaa sekä yksittäistä kuviointia. Valmistin pakkausprototyyppijä Riemu ja Pitsi kuvioiden kahdesta värivaihtoehtosta.

KUVA POISTETTU

Kuva 14. Riemu lahjapapereita ja pakkauksia

KUVA POISTETTU

Kuva 15. Riemu paperipusseja

KUVA POISTETTU

Kuva 16. Pitsi lahjapapereita ja lahjapusseja

KUVA POISTETTU

Kuva 17. Ilo ja Onni lahjapaperit

KUVA POISTETTU

Kuva 18. Taika ja Tonttumetsä lahjapaperit

KUVA POISTETTU

Kuva 19. Joulupallot ja Kranssi joululahjapaperit

KUVA POISTETTU

Kuva 20. Pitsi lahjapakkauksia

7.12 Asiakkaan palaute

Esitin asiakkaalle lahjapaperit sekä pakkaukset Power Point esityksen avulla sekä esityskuvina. Esitin asiakkaalle kyselyn tulokset, kuinka ne erosivat heidän valinnoista ja mitkä värivalinnat olivat olleet suosituimpia jokaisesta lahjapaperiteemasta. Asiakas oli samaa mieltä lahjapaperi- ja joulupaperikuvioinneista. Vaikka asiakas ei ollut valinnut lahjapapereista eniten ääniä saanutta kukkakuviota, he kokivat kuosin todella toimivana.

Erityisesti joulupapereiden värivaihtoehtoista asiakas oli samaa mieltä. Perustelin heille kyselyn tuloksien avulla lopullisen malliston värivalinnat. Kaikki lahjapaperit koettiin onnistuneiksi, eikä kehittämiskohteita tai puutteita ilmennyt. Asiakkaan suosikit olivat joululahjapapereista Pitsi ja Taika. Pitsikuvioista tuli ehdotuksia, että kuviota voisi kokeilla toistuvaksi vaalealla pohjalla.

Pakkauksista oltiin samaa mieltä kuin lahjapapereista. Erityisen onnistuneeksi ilmeni Riemu lahjakassin tumman kuvioinnit, joissa oli keltainen kantokahva. Muutamaa joulupakkausta myös luultiin valokuviksi, joka kertoi, että esityskuvat olivat onnistuneet.

8 POHDINTA

Opinnäytetyö oli pitkä, mutta mielenkiintoineen projekti. Opin sen aikana paljon tutkimusmenetelmistä sekä niiden soveltamisesta lahjapapereiden ja pakkaussuunnittelussa. Opin erityisesti lisää pakkaussuunnittelusta, koska en ollut sitä aikaisemmin tehnyt. Tiedonhankinta oli minulle uutta, jonka takia se toi opinnäytetyöhön omat haasteensa. Haasteiden myötä koin onnistumisen tunteita sekä taitojen kehittymistä. Koen opinnäytetyön antaneen minulle varmuutta ja kokemusta tulevaa ammattia varten.

Strukturoitu haastattelu ja sen pohjalta tehdyt käyttäjäprofiilit auttoivat selvittämään työn lähtökohtaa sekä hahmottamaan kohderyhmää. Haastattelun toteuttaminen esimerkiksi avoimena haastatteluna, olisi kartoittanut paremmin kohderyhmää sekä tuonut enemmän tietoa kuluttajien mieltymyksistä. Toteuttamani asiantuntijahaastattelu kuitenkin kokosi teemoja, joista opinnäytetyön sisältö sai uusia näkökulmia.

Trendiennusteisiin, eri kulttuurien pakkauskäyttäytymiseen ja teknisiin painomenetelmiin perehtymällä ja tiedonhankinnan avulla koin saavani suunnittelutyöhön uudenlaisia työkaluja. Painotekniikoiden tutkiminen avasi, millaisia rajoitteita ja mahdollisuuksia lahjapapereiden suunnittelussa on. Teoriaosuuden haasteeksi koitui lahjapaperitrendeissä ja pakkauskäyttäytymisessä lähteiden löytäminen. Vähäisistä lähteistä huolimatta eri kulttuurien pakkauskäyttäminen sekä lahjapaperi ja pakkaustrendien kartoittaminen antoi kansainvälistä näkökulmaa lahjapaperi ja pakkaussuunnitteluun.

Opinnäytetyö mahdollisti myös PhotoShop ja Illustrator taitojen syventämisen. Ohjelmat ovat ennestään tuttuja, mutta joka kerta niistä oppii uutta. Koen, että ohjelmien hyvä osaaminen vaikuttaa paljon suunniteltavan työn laatuun.

Kuluttajille suunnattu nettikysely toi minulle haasteita, koska toimivan kyselyn laatiminen oli minulle aivan uutta. Kattavat vastaukset ja kuluttajien kommentit kuitenkin osoittivat kyselyn onnistuneeksi. Koin myös, että kyselyyn valitsemillani kuvilla pystyin täyttämään kuluttajien tarpeet.

Sain asiakkaalta vapaat kädet suunnittelutyöhön, joka toi haasteita ideoinnin aloittamiseen. Oli haastavaa rajata aihetta, koska määriteltyä teemaa tai kohderyhmää ei ollut. Mielestäni myös värivaihtoehtojen määrittämien tuotti ongelmia, koska minun täytyi ottaa laaja kohderyhmä huomioon. Koin suunnittelun osalta kuitenkin suurta onnistumisen tunnetta, koska asiakas oli tyytyväinen työni laatuun ja lopputulokseen, eikä erityisiä kehityskohteita tai muutoksia ilmennyt. Yhteistyö sujui yrityksen kanssa hyvin, joka on auttanut verkostoitumisessa. Työstä saamani positiivisen palautteen myötä, pidän suunnittelutyön tuloksia onnistuneina.

LÄHTEET

- Anttila. P. 1998. Tutkimuksen taito ja tiedonhankinta. [Verkkosivu]. Sisällönanalyysi. Metodix. [Viitattu 17.3.2015]. Saatavana: http://www.metodix.com/fi/sisallys/01_menetelmat/01_tutkimusprosessi/02_tutkimisen_taito_ja_tiedon_hankinta/09_tutkimusmenetelmat/30_sisallonanalyysi
- Curtin. C. 2015. 5 Reasons to think about colour trends for packaging in 2015. [Verkkosivu]. Barry Packaging. [Viitattu 13.3.2015]. Saatavana: <http://www.barrypackaging.com/news/colour-trends-for-packaging-20151/>
- Flickr .2015. [Verkkosivu]. Flickr. com.[Viitattu 13.3.2015]. Saatavana: <https://www.flickr.com/>
- Gift wrapping statistics. 2013 Fun history behind gift wrap. [Verkkosivu]. [Viitattu 10.3.2015]. Saatavana: <http://www.creditdonkey.com/gift-wrap.html>
- Harju I. 2015. Johtaja design ja innovaatiot. Pyroll. Haastattelu 5.3.2015
- Levine. A. 2013. Gift Wrapping, The history of. [Verkkosivu]. Wrap it. [Viitattu 18.3.2015]. Saatavana: <http://blog.wrapitgiftbag.com/the-history-of-gift-wrapping/>
- Koskinen. P. 2001. Hyvä! painotuote. Helsinki. Inforviestintä Oy.
- Mack. L. Ei päiväystä. Chinese Culture. Chinese gift-giving etiquette. About news. [Verkkosivu]. [Viitattu 10.3.2015]. Saatavana: <http://chineseculture.about.com/od/chinesefestivals/a/Chinese-Culture-Chinese-Gift-Giving-Etiquette.htm>
- Millet. J. 2010. Chinese culture, etiquette & protocol. [Verkkosivu]. [Viitattu 10.3.2015]. Saatavana: http://www.culturalsavvy.com/chinese_culture.htm
- Vector Graphic. 2015. [Verkkosivu]. [Viitattu 21.4.2015]. TechTerms.com. Saatavana : <http://techterms.com/definition/vectorgraphic>
- Viuksela, P. Ristimäki S. & Spännäri T. 2007. Painoviestinnän tekniikka. Helsinki. Opetushallitus.
- Porublev. E. Brace.Govan J. Minahan. S. Dubeleer. C. 2009. To wrap or not wrap? What is expected? Some initial findings from a study on gift wrapping. Bond University. Business. Sustainable management and marketing conference. Melbourne, Australia. [Viitattu 9.3.2015]. [Verkkosivu]. Saatavana: http://epublications.bond.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1282&context=business_pubs

- Printhouse. 2015. Painotekniikat. [Verkkosivu]. [Viitattu 20.4.2015]. Print House. Saatavana: <http://www.printhouse.ee/fi/tietosivu/painotekniikat>
- Pyroll. 2015. Paperitukku. [Verkkosivu].[Viitattu 17.2.2015]. Saatavana: <http://www.pyroll.com/toimialat/paperitukku>
- Pyroll toimialat. 2015. [Verkkosivu]. [Viitattu 17.2.2015]. Saatavana: <http://www.pyroll.com/toimialat/pakkaukset>
- Pyroll toimialat, sopimusjalostus. Ei päiväystä. [Verkkosivu].[Viitattu 17.2.2015]. Saatavana: <http://www.pyroll.com/toimialat/sopimusjalostus>
- Pyroll. 2015. [Vekkosivu]. Pyroll. [Viitattu 17.2.2015]. Saatavana: <http://www.pyroll.com/pyroll>
- Pyroll toimialat, lahjapaperit. [Verkkosivu]. [Viitattu 26.2.2015]. Saatavana: www.pyroll.fi/toimialat/pakkaukset/materiaalit/paperi/lahjapaperit
- Ronkainen. S & Karjalainen A. 2008. Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa. Lapin Yliopiston menetelmätieteiden laitoksen tutkimuksia 1. Tutkimusmenetelmät.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. Menetelmäopetuksen tietovaranto. [Verkkojulkaisu]. KvaliMOTV .Tampere. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. [Viitattu 3.3.2015]. Saatavana: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3.html
- VanGerwen J. 2015. Gift wrapping trend for 2015. [Verkkosivu]. Reeds gift trade blog. [Viitattu 13.3.2015]. Saatavana: <http://blog.reedgiftfairs.com.au/2015/01/gift-wrapping-trends-for-2015/>
- Ylinentalo. E. 2012. Käyttäjäprofiilit ja persoonat. [Verkkosivu]. Innokylä. [Viitattu 18.3.2015]. Saatavana: <https://www.innokyla.fi/web/malli111484>

KUVALÄHTEET

Kuvakollaasi 1. 2015. [Viitattu 13.3.2015]. [Verkkosivu]. Saatavana:

[9p2r9Z-e3m2Z7-e1BbhL-bBgzBr-8rY6L8-8rY6VK-8s2a8j-7NwNcb-hQXdV8-8MznCc-hzw9u4;](https://www.flickr.com/photos/pixeledpaper/15877314273/in/photolist-qc2onP-rf3wK1-pWNohj-pKGKbF-fppdUL-6KLWAc-bqE8RW-iLH7zs-9EHZQo-gnLGy6-gnLGi8-gnLwwm-gnLviQ-gnM4QH-gnLuKA-gnM6ag-gnLv5U-gnM57p-6zH1ZJ-gnLFvK-gnM7ek-gnM7mz-gnLHwZ-qHxAWa-r15BZD-r3a7X8-rxyut8-r32yPf-r17PWm-rb4wQ6-bDwZWR-brVuvS-bqAiBU-bsgsdd-ghXoX1-bEJx64-bqAhHC-bsdeMh-7oVMQB-5BfXZg-6KLLDn-gFVssA-gmSLjf-bDpw2v-bEGj4Z-bqCJji-du675g-qe2BdY-rvP1Jt-qWAAwD)
<https://www.flickr.com/photos/pixeledpaper/15877314273/in/photolist-qc2onP-rf3wK1-pWNohj-pKGKbF-fppdUL-6KLWAc-bqE8RW-iLH7zs-9EHZQo-gnLGy6-gnLGi8-gnLwwm-gnLviQ-gnM4QH-gnLuKA-gnM6ag-gnLv5U-gnM57p-6zH1ZJ-gnLFvK-gnM7ek-gnM7mz-gnLHwZ-qHxAWa-r15BZD-r3a7X8-rxyut8-r32yPf-r17PWm-rb4wQ6-bDwZWR-brVuvS-bqAiBU-bsgsdd-ghXoX1-bEJx64-bqAhHC-bsdeMh-7oVMQB-5BfXZg-6KLLDn-gFVssA-gmSLjf-bDpw2v-bEGj4Z-bqCJji-du675g-qe2BdY-rvP1Jt-qWAAwD>

Kuvakollaasi 3. 2015. [Viitattu 16.3.2015]. [Verkkosivu]. Saatavana:

<https://www.flickr.com/photos/duziedelai/4188434672/in/photolist-7o7PGU-ebYRoz-aAywSf-bAJEi2-95GurM-dxHPNj-91ZH4-8WDU7x-hsKNL-8VRiBK-4fJv8w-dHuDb3-ipMPxf-r7Gdx-pTtwyL-ihNRo8-7HWoc-i4N265-aWT1fH-7nxfCF-5vdyY9-qrCtY6-93Xq1Q-aZR6te-aKKi9M-aAvPDM-iXTzkK-8UTKLg-9cnToS-dxHRaL-92m5ss-aN1Ave-62wCk7-aN1Avp-8WHcid-7qzirU-fs5DL3-4aAPCk-kzzQRX-6a6BpV-dxCoqH-8WDM24-f9TAXG-rTvEq-8b9FBK-5C7Bm2-iz8ttX-dxHQfC-9FaqhG-e51eeJ>; <https://www.flickr.com/photos/bubbo-tubbo/3231883623/in/photolist-5VAfpr-7F925G-9N5kjT-8Qjgbz-dDY3x8-ffxwRe-dWKJCZ-9q9y5h-7o155r-94XpSG-tpG66-cTdYT7-eQ5q26-eQgFX7-oLZnr9-8yBYZu-7hfYak-4x5Cfj-b8dpqH-9mezpc-9iKeKJ-6wYLqS-cSoz7J-8XSbfT-9JXYUc-qoZiM-a6ia4o-4JKMpb-4Cmp2W-5PKPVj-9ydNTG-azTZb-7AGuWZ-o1KT32-GGDck-4wDVpn-oA4f4Y-aKNeJt-bEPrRd-6C1pUL-eeDeVe-4rHZwS-jtXVje-https://www.flickr.com/photos/sharisberries/16768144762/in/photolist-qyRx4tWoGm-6u53jb-2AjnMn-qpFEeG-9PGEkr-ovDJ5N-4tWoHL>

<https://www.flickr.com/photos/lunaspin/3114282212/in/photolist-5KcvAU-4CwmQV-59YuD1-7krqVJ-i5V4mN-aRFgVr-q8YXT7-w663M-7W9iNe-8vYRK-5RMfaA-5P6bMS-5L4wvq-i2BUne-qyxnsr-5KGHh8-7bE9EA-7bAnEB-aVp57B-8VozXq-qtdN9a-i2BEWF-8z1vPB-3oWhDM-6je3r7-7bEav1-dxTG6K-7nKTA5-7p3sUS-e7La72-HPRX8-hN9LVA-dxbrnr-x51fi-7x1rwb-aEUfSz-7qkuZg-ae9ftm-q7LRXX-dh5uyb-vjYrS-hnv72-5MomxK-8Vm5zJ-7nmsmb-aRDt9T-5LuWxF-9Abeaa-4hMvMz-y5eB1>

<https://www.flickr.com/photos/hibahaba/5170014116/in/photolist-6QWc7V-dgek82-dgeNV3-9fh7YM-7h9X3r-de9viC-8SRF5q-cZ5EAG-cZ5xT9-cZ5qrW-dgeuM6-dgf57n-dLRSNE-de9ZkN-cZ5iKb-dgeXAq-8SRDZh-dgeD3M-3U4oLh-84WbvX-9WtdjB-cZ5Aqj-bokQDx-avAGsx-cZ5mFQ-35Mr7F-de9Qp1-cZ5oxw-9tLbfP-9tP8gY-4Pa1Q9-de9MQq-4TBXm7-cZ5scC-cZ5jDj-6eRmjV-6JAht9-cZ5BnE-39ZXze-8UaLHP-dea8TN-3Q2xap-4f9UPe-7wrMwJ-3U4p3N-9gX1SZ-9Ww6aE-ehYfor-7GSfPp-6cJcCm>

<https://www.flickr.com/photos/geishaboy500/109182569/in/photolist-aDAb6-9enAkB-9389Cg-mjiVVM-88vofw-cxZ2AS-7xDuqe-myZGR6-pShnBT-pB3rcf-6V26ox-63GgRV-hbRkys-dXipEJ-edkg7Y-5rVguG-56BeXQ-qSPnVA-7rhwa-aci6dm-8cPFp-7L2dRb-bBYC5o-7Sm3Hi-bw8Py-rcEUS-7Wehmp-98fW-7B76zQ-3aspKF-6sPjq1-acfeJD-jykefN-8PQ9SU-5HyU1w-pqWbeQ-4yVKaF->

[6XG5hT-4XAJA6-5vSqig-aheT7k-kKrXdt-pTph2-97sooG-ne3vig-o9E21K-dqSngS-9Z84QJ-cryQPQ](https://www.flickr.com/photos/sokolovs/8515345521/in/photolist-dYtny6-7LyUnk-5M1B8S-9ekFRp-e6UQz4-dSpYSW-dpVHVX-e4UuyR-8MGLmB-dfd6EL-8uotWj-3kJDAE-e51nNq-5DhjE7-7jsuLt-j9kofr-e51mrs-e51bM5-aKmmXx-ihzwAL-e4UKMr-923pDE-9eoLYW-7xtNtx-e4ULr6-aJQD8p-b4NYhM-e51fQy-e51gmq-b6AXYT-dCFUof-5xqfTC-i59ebt-deQ9T2-BDY8B-hmyz2V-8VeuFb-anYFjS-8WDSFH-9m1w3B-dyUxd3-hXi5Fh-83s4Jb-e4Uzrg-wLCqi-4A5yTu-ir7PLM-cu1ELW-hvvW6G-96jvQp)

Kuvakollaasi 4. 2015. [Viitattu 16.3. 2015]. [Verkkosivu]. Saatavana:

<https://www.flickr.com/photos/sokolovs/8515345521/in/photolist-dYtny6-7LyUnk-5M1B8S-9ekFRp-e6UQz4-dSpYSW-dpVHVX-e4UuyR-8MGLmB-dfd6EL-8uotWj-3kJDAE-e51nNq-5DhjE7-7jsuLt-j9kofr-e51mrs-e51bM5-aKmmXx-ihzwAL-e4UKMr-923pDE-9eoLYW-7xtNtx-e4ULr6-aJQD8p-b4NYhM-e51fQy-e51gmq-b6AXYT-dCFUof-5xqfTC-i59ebt-deQ9T2-BDY8B-hmyz2V-8VeuFb-anYFjS-8WDSFH-9m1w3B-dyUxd3-hXi5Fh-83s4Jb-e4Uzrg-wLCqi-4A5yTu-ir7PLM-cu1ELW-hvvW6G-96jvQp>

<https://www.flickr.com/photos/salforduniversity/8424131760/in/photolist-dQpST3-dQjhHa-dQpSQJ-dQjhBH-4voyLo-4LqipU-5o2Dxo-ask1xp-mdVg5X-56DXsF-66DjtQ-571CYA-iPMetP-4Gcnu6-64SDpX-4rTFkm-4UTvjP-4r2zxa-4JMRr3-4pnc9D-LFnuv-55KEAS-4UWD7u-6EnV9h-5eGATb-55KFbJ-4NHuzX-59sZ3p-61ibUb-4qYRms-9Aa6qQ-745E5d-bcQrpx-5YuiPH-9xme3d-4zqjYP-55FtnC-656c3k-63NWk6-67xG9F-vNewW-68LTg8-64X3Yq-615Mdo-bLW154-vNeAu-n6ERgp-65nfUf-5DQMzG-5Y9JJQ>

<https://www.flickr.com/photos/syder/4941516264/in/photolist-8wEyCh-brB9df-hmuThZ-9Xb3C4-eyx2JR-aokGjK-fDG4jt-oWNs26-jjeBdG-fhRdfD-kFzys8-ekvztr-9wqKt3-eeUYJZ-8X9fQ8-hMSQwh-bCS6g6-omkAVk-cZ97aN-9agmF4-9XwkLa-9A8E1J-qjNcxS-rbc9ob-rsEkFo-rsCQSx-94TEsp-9b858N-9cJXgo-9Z1SAi-akWgU7-FSy9W-aqXVz7-5qYP8a-rbbXNU-rsKprn-qBM9d-LT1ND-cZ95M7-cZ94iA-2YwfFL-9yWdAs-cg2SoG-c3iYku-farRu8-abdsHr-aiwm83-abxmza-r6cS1Z-aacUUK>

<https://www.flickr.com/photos/asalexander/3528484464/in/photolist-6nNpv3-7jPd5-7jPd6-67Y3be-4Ka1U9-pfK8Sv-5f4uG6-5BFj3N-5BFiNh-8MU679-7HgTn4-7YQDm2-eQqxpQ-rxxRy-6gWt2c-q6Paa-4jqnpa-bXoJRb-q2Hio-7QCnf9-o4vMn-q6Pam-p1BwGn-eeXJR8-r6Jnw-eJLiF1-f564Rp-f5keN7-eQgKQU-eQgJq9-eQ5dPp-4F9qLj-7QCmZ7-7Qz3CM-7ZbT3U-5hk2WG-7r7nLp-9xjbnb-a4jLCA-7Ss7zG-o2g3X4-7xsmo9-8bQoyk-qCh5f-82xBzL-uR91r-q6QBz-4aaXWH-9gZh6p-7rmgSQ>

Kuvakollaasi 5. 2015. [Viitattu 16.3.2015]. [Verkkosivu]. Saatavana:

<https://www.flickr.com/photos/conorkeller/3879321839/in/photolist-----bCDik4-aVWx8t-645bMD-41HYqw-gCECFQ-boNVa-a2DqAE-5mbU1V-ooPHBm-cJ16YY-qCK4Z1-49yqbV-6UNxei-t4hqp-wmyn3-7sN89w-8JEpgA-8Y9uq9-6CPmis-f1uUka-6fB57W-52zwew-5gnkxt-q3cfWp-5xsmpX-qzxm94-4PnbvL-fYW1in-9EA3tA-hkntWR-ippMDi-4weDc5-bQdGD2-7xCryV-6wgrMy-27tjD-37BLY9-6vKMme-o8hsn2-2RRGUU-7BSHTJ-BhWvV-sw196-p6J62d-SJpvi-2cgDu>

<https://www.flickr.com/photos/kevindean/7790153114/in/photolist-cSoz7J-8XSbfT-9JXYUc-qoZiM-a6ia4o-4JKMpb-4Cmp2W-5PKPVj-9ydNTG-azTZb-7AGuWZ-o1KT32-GGDck-4wDVpn-oA4f4Y-aKNeJt-bEPrRd-6C1pUL-eedeVe-4rHZwS->

[jtXVje-4tWoGm-6u53jb-2AinMn-gpFEeG-9PGEkr-ovDJ5N-4tWoHL-STKJv-ozARXj-amdv9-9irNUb-f5k6eq-ovE5GC-d8GfNu-qTQnGj-4CTEzs-bFnfK-a33p5r-4wDymF-7bCCkc-4nPP4H-cYuSNL-miGsQ6-9mqha6-7XJn1h-7YFj5y-84Ep1N-cR8nRC-aABvAL](https://www.flickr.com/photos/alkalinezoo/4527894536/in/photolist-7U7Dib-7M6quo-9ej3cq-ah34Qr-9Ph8mg-9yYqWv-5wUHap-6Ms4d7-arcK8w-7cb2Yu-8uhW5z-----8Zksdc-rsqgCu-5LqAQv-2CUFZ9-8aKD6k-6tERHa-89iJn7-8YeVMF-8LCjtY-7pZeQg-7RDFXg-f5oKiD-qhLeHm-5TajUd-bx8F8DZ-ib3TXU-8Cm7Ds-47Mfsu-8VnVB3-5y6QCX-aiB21F-7ynE78-6jBXCy-8P8hHH-8gEwri-8feGxK-7dUjAw-a7k169-9n7wpH-8TfR3c-7b54Bw-7b55p5-9pZ9BM-664KMF)

[https://www.flickr.com/photos/lukeroberts/3024428844/in/photolist-5BfZjU-x41gv-5BBmAK-9XBTt8-otGhYN-bcbyRe-q3CrG-qr9gKA-5BFja9-7AYgQh-eeebAK-6DEKPN-4K179s-4yyR98-4eyznn-618HTv-j2YzdK-6ZL2AU-4ezsMz-7CBmLJ-2DY5x4-7Z3qXW-7BnRfh-bVbMvT-7rp8Wi-4xBVrP-4CFy8w-212Mh-fwrHHZ-](https://www.flickr.com/photos/alkalinezoo/4527894536/in/photolist-7U7Dib-7M6quo-9ej3cq-ah34Qr-9Ph8mg-9yYqWv-5wUHap-6Ms4d7-arcK8w-7cb2Yu-8uhW5z-----8Zksdc-rsqgCu-5LqAQv-2CUFZ9-8aKD6k-6tERHa-89iJn7-8YeVMF-8LCjtY-7pZeQg-7RDFXg-f5oKiD-qhLeHm-5TajUd-bx8F8DZ-ib3TXU-8Cm7Ds-47Mfsu-8VnVB3-5y6QCX-aiB21F-7ynE78-6jBXCy-8P8hHH-8gEwri-8feGxK-7dUjAw-a7k169-9n7wpH-8TfR3c-7b54Bw-7b55p5-9pZ9BM-664KMF)

<https://www.flickr.com/photos/alkalinezoo/4527894536/in/photolist-7U7Dib-7M6quo-9ej3cq-ah34Qr-9Ph8mg-9yYqWv-5wUHap-6Ms4d7-arcK8w-7cb2Yu-8uhW5z-----8Zksdc-rsqgCu-5LqAQv-2CUFZ9-8aKD6k-6tERHa-89iJn7-8YeVMF-8LCjtY-7pZeQg-7RDFXg-f5oKiD-qhLeHm-5TajUd-bx8F8DZ-ib3TXU-8Cm7Ds-47Mfsu-8VnVB3-5y6QCX-aiB21F-7ynE78-6jBXCy-8P8hHH-8gEwri-8feGxK-7dUjAw-a7k169-9n7wpH-8TfR3c-7b54Bw-7b55p5-9pZ9BM-664KMF>

Kuvakollaasi 6. 2015. [Viitattu 16.3. 2015]. [Verkkosivu]. Saatavana:

<https://www.flickr.com/photos/evassvammel/9376949780/in/photolist-dxZpc4-7tXrv4-qpkX2B-fw4EYx-ESZUY-5Bat87-m4vL5R-fhBjtW-dxVbzA-dxQnNi-aFXytn-qBmj3C-o8Geoh-emo3kb-7tMLHo-7tMPnf-7UbnNV-dxSHzr-bmw1t9-6Gv6BB-8xjcgq-pvqUw-odN1YQ-8stkhZ-8vhjL-nYknbg-9v2uDX-AjcQ1-AjcMd-ca6XU-ca6X2-95hjCr-6ib45Z-5bs2eA-ejmRUt-czdB2h-6ifb6J-oQeLdU-oQeL6Q-pLRxak-puDny3-oQhM6D-puDSTe-puFYZG-pLRwLe-pMasLf-pJZQ7Y-puAEca-oQeK8s-pM6aLK>

<https://www.flickr.com/photos/sparreenger/5071347524/in/photolist-8J8YWh-cX5xr7-q4Zu7-4TZxzp-ofGJMq-nYg5gb-fwiP1s-fw4tox-fw4qep-fw4mfe-fw49Wp-nYhjaD-nYqfhG-ohwpL8-nYgeUN-ofGJ5J-ohAEPM-ofDBBS-ofxj2k-nYmBFc-ofximn-ohADRp-ofDCdb-nYmCD4-ofxjyn-odN2yN-ofxjvr-ofM5hQ-ofPWta-ohAFaB-ohAF8H-ofPWrr-ofM5f5-ofPWoa-odN2gy-odN2d7-nYkxKQ-nYkxH5-nYkxSL-odN1KJ-ofDBj7-ofDBfE-nYkFQt-ofDB9h-ofPVx2-nYkFDB-ohADYt-ofM529-ohAEt6-ofPVwk>

<https://www.flickr.com/photos/enerva/9888858454/in/photolist-g4QZ6y-2FPptq-8DTb5u-66bUx1-6b4ruW-7A6c8v-AhuKf-8Jrmc1-5xERGY-aLxUCZ-f4AJ49-8hRXoj-DPpua-p9er72-7k3qf2-7A9XpE-7jaumo-9BcWD7-nn2HWx-8Jb1cR-BP1xE-opodp-7rG9rD-7A6c3i-os1Tic-nDkkwE-3876Zs-7rL3hL-88Kewr-8cvtZ4-4PmXTd-8Jegno-qBCGx9-9HfEgn-5CFbXW-msZcoL-9B9HhD-4XQkxu-8NfZFP-5Ruu1B-osEs9h-7rxAdL-7dBRrr-5qAbED-6kuQ1w-5dbTPz-6ZCzEu-8oKJ6i-kAbUwc-aL4cLn>

<https://www.flickr.com/photos/mrpolyonymous/5967312084/in/photolist-a6j2Z7-7H14zS-8cJWDt-8cJW98-7H14Mo-52SbkA-H7xTX-69C11e-7MoYxa-bz2TTg-4FRBih-5868KN-bY2VBh-eKKYcJ-boquRD-7GW9ke-78tuEq-66D4Cg-4ypY6A-7fZ5Cb-7GW9u8-7N9QrC-7MsWXC-bR3acB-78ttGj-unHKj-o7NTWD-8fqUZr-abpxfZ-cW5Uyj-66Hkm9-bR39QH-7N5Qqa-naofhq-8kt9LS-KdD2-6L2Uzs->

[66D4Gk-7QGHJP-gQPWmh-66D4Fp-6mKhzo-7oBZDA-63FXGA-68uSUK-66Hkos-8MnHVA-8JnYBE-7yxhH3-7N9Qj9](#)

[https://www.flickr.com/photos/gagilas/8542494482/in/photolist-e1SvZC-4wHdFG-8P8He2-24bQv-72Rja-aP3Dor-rj1GD8-kvtZ-fiPudF-9HAbmx-9bsdN5-772tRS-bkrW7n-7J38Yw-dRiyB-atoNnx-6xCHyQ-noFTMH-6upwHg-3AnFoY-2HKsPN-6nFjF9-6adpmu-mVgF1-ffAvLQ-8heU8w-qzpfsx-7SVf4L-8imrsZ-qKeeA7-edYFvN-gfBZ1-qzvcdA-niiMpT-pCzoy5-dBEHuH-gi8jcH-o4UV9g-ayMUxo-7gm8K8-nxwXXy-7XW6TV-7qvjnW-etoLRe-79iqdk-EfGSB-egAgrC-4vhbcH-7ZpE9C-dkx2q4](#)

LITTEET